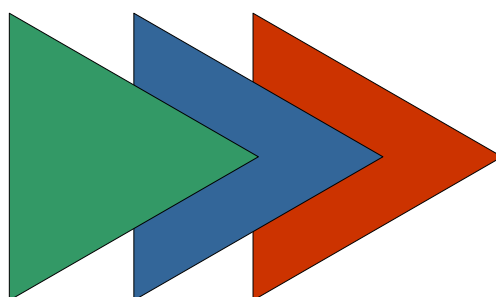


Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Білоруський національний технічний університет
Петрошанський університет, Румунія
Магдебурзький університет імені Отто-фон-Геріке, Німеччина
Мішкольцький університет, Угорщина
Вища школа менеджменту охорони праці в Катовіцах, Польща



Форвард

ТРУДИ

*VIII - ої Міжнародної науково–практичної Internet -
конференції студентів та молодих вчених*

***«Стратегії інноваційного розвитку
економіки України: проблеми,
перспективи, ефективність
«Форвард-2017»***

27 грудня 2017 р.

Труди VIII-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2017» 27 грудня 2017 р. – Х.: НТУ «ХП», 2017 р. - 231 с.

Труди відтворюються безпосередньо з авторських оригіналів.

СЕКЦІЯ 1 - ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТА ПЕРСОНАЛОМ

SAVCHENKO OLGA, prof., NTU «KhPI», Kharkiv
TURAN UGUR, postgraduate, NTU «KhPI», Kharkiv

CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT THEORY

Sustainable development is the organizing rule for assembly human advancement objectives while at the same time maintaining the capacity of common frameworks to supply the characteristic resources and environmental services upon which the economy and society depend. While the cutting edge concept of economic improvement is determined for the most part from the 1987 Brundtland Report, Sustainable development is the organizing rule for assembly human advancement objectives while at the same time maintaining the capacity of common frameworks to supply the characteristic resources and environmental services upon which the economy and society depend. While the cutting edge concept of economic improvement is determined for the most part from the 1987 Brundtland Report, it is too established in prior thoughts almost economical woodland administration and twentieth century natural concerns. As the concept created, it has moved to center more on financial improvement, social advancement and natural assurance for future eras. The concept of sustainable development has been – and still is – subject to feedback. What, precisely, is to be maintained in feasible advancement? It has been contended that there is no such thing as a maintainable utilize of a non-renewable asset, since any positive rate of abuse will inevitably lead to the depletion of earth's limited stock. This viewpoint renders the industrial revolution as an entirety unsustainable (Shaker, 2015). For the energy sector perspective, in instance, since industrial revolution, countries began a keen competition for holding and finding out the energy resources and this race has led to many wars because transition from coal to oil age era has been experienced. During the past century coal was the main actor in energy sector, afterwards this development shifted to oil as a political and economic tool for countries. World leadership and energy resources have a correlation because today's era energy resources have a huge importance for countries economic development and energy geopolitics. Some of the major crises up to the conflict in the last century which are World Wars, the Arab-Israel War and Gulf Operation's (Sevim, 2013). Political decisions are corresponding with economic decisions and energy issues effect directly both this decisions. Countries demonstrate economic strategies using the input of energy issue's according to their own interests and economical needs. If we base the OPEC crisis in 1973, energy issues especially high costs of oil prices directly affect to states

economic structures. In 1973's, USA was the main supporter of Israel in terms of political relations and economic interests, that's why OPEC countries were intervene to energy market, afterwards oil prices were increased because of this association. The embargo triggered a sharp increase in oil prices, which allowed the Arab producers to cut exports without losing revenues. Resulting shortages in the market evoked fear and anxiety among consumers; oil companies started to purchase oil in a panic, which increased inventories and created heightened demand on the market (Kemp and Harkavy, 1997). Thermal power engineering of Ukraine was actively formed during the 60s of the 80s of the last century, that is why the main problem of thermal power plants for today is significant physical wear of generating capacities, use of obsolete technologies, inadequacy of modern operation reliability, fuel efficiency and load regulation of thermal power plants. According to the «Energy Strategy of Ukraine for the period until 2030» for the specified period, the thermal power plants (TPPs) will remain the basis of the electric power system of Ukraine. Therefore, to ensure Ukraine's energy security, it is necessary to implement development programs for TPPs with the definition of optimal options for reconstruction, modernization, replacement, renovation and new construction of facilities. At the same time, the achievements of scientific and technical progress, the experience of other countries in implementing the latest technologies and technical solutions should be taken into account.

References:

1. *Shaker R.R.* (2015). The spatial distribution of development in Europe and its underlying sustainability correlations. *Applied Geography*, 63, 304-314;
2. *Kemp G., Harkavy R.E.* (1997). *Strategic Geography and the Changing Middle East*. Carnegie Endowment for Int'l Peace, May 1, 1997;
3. *Sevim C.* (2013). *Küresel Enerji Stratejilerive Jeopolitik*. June, 2013.

ЕЩЕНКО А.О., студент, НТУ «ХПИ»

РЕИНЖИНИРИНГ – НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНСАЛТИНГОВЫХ ФИРМ

В связи с бесконечным ростом рынка потребления, изменением большинства потребностей людей, многие предприятия вынуждены прекратить выпуск своей продукции, прекратить свою деятельность. Всё это происходит по той причине, что новые предприятия являются более сильными со стороны конкурентоспособности в сравнении со старыми, где технологии производства и функционирования отстают на много лет. И это касается не только промышленности. Информационные технологии, банковское дело, коммунальные услуги. Реинжиниринг является необходимостью по той причине, что динамичная рыночная среда требует новые пути продвижения для предприятий.

Реинжиниринг авторы определяют как фундаментальное переосмысление и

радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения существенных улучшений в таких ключевых для современного бизнеса показателях результативности, как затраты, качество, уровень обслуживания и оперативность [1 с. 17].

Опыт проведения процесса реинжиниринга украинскими и зарубежными организациями позволяет с уверенностью сказать, что Хаммер и Чампи выделили достаточно полное определение этого понятия.

Украинская экономика пока только знакомится с преимуществами реинжиниринга как способа коренного изменения внутрифирменного управления.

С появлением данного термина, не до конца осознавая его сущность, многие консалтинговые фирмы брались за его внедрение, применяя реинжиниринг без определённого опыта для крупных организаций. Результаты были разные: одним удавалось перестроиться на новую систему ведения дела и удачно продолжать существовать на рынке, а другие не смогли довести свою новую деятельность до высокого качества, в результате чего многие предприятия были вынуждены закрываться и распродавать своё имущество.

К настоящему времени учёные из развитых стран уже сформировали основные принципы, которые помогают проводить реинжиниринг бизнес-процессов на любом предприятии [2].

Наиболее важные принципы: объединение нескольких рабочих процедур в одну, что значительно повышает эффективность работы за счёт сокращения времени на её выполнение и численности исполнителей; расширение полномочий сотрудников и повышение роли каждого из них в рабочем процессе, что может привести к более серьёзному отношению к работе с их стороны; существуют различные варианты процесса, из которых можно выбрать наиболее приемлемое решение в конкретной ситуации; повышение адаптивности к изменению внешней среды; работа выполняется в том месте, где это целесообразно.

Специалисты сформировали подход к этапам реинжиниринга. Выделяют следующие четыре этапа: разработка стратегии реинжиниринг, разработка детального проекта, внедрение решений, оценка результатов [3].

С помощью мудрого применения реинжиниринга компания FordMotors целиком переосмыслила всю цепочку операций, связанных с обработкой данных о поступающих изделиях, и таким образом добилась 75-процентного сокращения числа сотрудников, занятых расчётами с поставщиками.

В результате реинжиниринга IBM Credit радикально перепроектировала процесс обработки запросов на получение кредитов и достигла скачкообразного улучшения основных показателей деятельности компании: время обработки запроса сокращено с 7 дней до 4-х часов, количество обрабатываемых запросов выросло в 100 раз при уменьшении числа сотрудников [3].

Делая выводы из результатов зарубежных компаний было бы целесообразно

многим предприятиям Украины пойти на такой шаг, как реинжиниринг, который в настоящее время с каждым днём всё больше набирает популярность.

Перенимая опыт у зарубежных организаций, консалтинговые фирмы Украины используют реинжиниринг как новое направление своей деятельности. Можно заметить, как некоторые заводы и фабрики, которые уже давно не функционировали в полной мере, меняют свой профиль и начинают выпуск продукции, с которой раньше не имели дела. Такие возрождения являются плодами реинжиниринга.

Консалтинговые фирмы прогрессируют с каждым днём. Это также очень важно для украинских предприятий по нескольким причинам: стоимость услуг зарубежных фирм остаётся высокой и зарубежным консультационным фирмам сложно адаптироваться под рынок и экономику нашей страны для поиска решений.

Экономика Украины находится в таком состоянии по причине того, что многие предприятия являются кризисными. Для выхода из этого положения собственникам данных организаций нужно пойти на такой шаг, как реинжиниринг, концепции и принципы которого уже известны, ведь результаты можно видеть из таких знаменитых организаций за рубежом.

Список литературы:

1. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Д. Чампи. – СПб, 2000 г.
2. Ойхман Е.Г. Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии / Е.Г. Ойхман, Э.М. Попов. – М.: Финансы и статистика, 1997. – с. 316.
3. Горский М. Реинжиниринг – классика и мифы / М. Горский // IntelligentEnterprise. – 2000. - №7(9).

АРТЕМЕНКО М.Б., студентка НТУ «ХП»

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОДИН ІЗ ЕЛЕМЕНТІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

В економіці ХХІ століття в зв'язку зі зростанням темпів змін і ступеня невизначеності економічного середовища збільшується потреба в підвищенні адаптивності організації. Ця адаптивність стає одним з найважливіших факторів конкурентоспроможності організації як економічної системи. Одним з інструментів цього є корпоративне впровадження технологій тайм-менеджменту в якості елемента системи управління організацією.

Термін «тайм-менеджмент» відображає сферу управлінської діяльності, та включає в себе всю сукупність технологій планування роботи співробітника організації, які застосовуються їм самостійно для підвищення ефективності використання робочого часу. Іноді для позначення таких технологій застосовуються також терміни «самоменеджмент», «персональна (особиста) організація праці», на відміну від загального менеджменту (корпоративної організації праці). [1]

Потреба сучасних організацій у впровадженні тайм-менеджменту зумовила необхідність визначити місце технологій тайм-менеджменту в системі управління організацією, і відповідно, місце тайм-менеджменту як науково-практичної дисципліни в загальному менеджменті.

Управління часом - це технологія організації часу для підвищення ефективності його використання, стиль життя у швидкому потоці інформації та постійно мінливому світі. Ідея Time Management (ТМ), куди повинен інвестуватися час, а не як швидше робити справи.

Кожний керівник має задачу ефективного тайм-менеджменту - адже керують не тільки своїм власним часом, а й робочим часом своїх підлеглих. Дефіцит робочого часу, переростає в відсутність у всіх вільного часу.

Тайм-менеджмент необхідно поширити на всю організацію, так як окремі острівці результату ніколи не дають. Для того щоб швидше і ефективніше досягати поставленої мети, менеджер ранжує цілі і завдання, які він ставить перед людьми, за ознакою «важливість-терміновість» .

На українських підприємствах не застосовували засобів тайм-менеджменту, які були б орієнтовані на пошук, формулювання та формування конкурентних переваг, необхідних для майбутнього успіху підприємства. Компанії орієнтувались на вартісні фінансові показники (наприклад, обсяг продажу продукції, рентабельність, вартість капіталу і т. д) Управлінські рішення відбувалися в традиційній системі управлінського контролю, але вони були орієнтовані на короткострокову перспективу [2].

На рис. 1 показано шість основних процесів в управлінні часом:

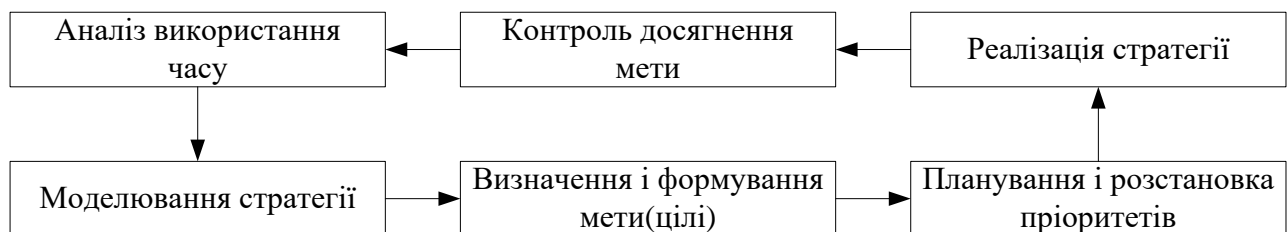


Рис. 1 – Послідовність процесів управління часом в організації

Таку послідовність необхідно використовувати у діяльності вітчизняних підприємств, адже на сучасному етапі розвитку системи управління персоналу важливо враховувати всебічне управління ресурсами, де найважливіший елемент час, який є вичерпним ресурсом.

Таким чином, тайм-менеджмент потрібен не для того, щоб встигати реалізувати всі плани організації, а щоб оцінити цілі, зіставляючи їх з реальними можливостями організації, робити усвідомлений вибір на що витратити дорогий ресурс – час. Адже грамотно керуючи часом, будь-яке підприємство зможе істотно підвищити

свою ефективність й отримувати максимум плідної праці своїх працівників.

Список літератури:

1. Архангельский Г.А. Организация времени: от личной эффективности к развитию фирмы. Монография. СПб.: Питер, 2003, 2004. – 18,0 п.л. 2. История Тайм Менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://upravlenievremenem.ru /s-chego-nachalos-upravlenie-vremenem>. – Название с экрана.

АНДРЕНКО К., студентка НТУ «ХПІ»

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність проблеми полягає в тому, що підвищення ефективності підприємництва як основної форми господарювання в сучасних умовах економіки пов'язане з активізацією інноваційно-технічного та фінансового менеджменту, удосконаленням господарського механізму в цілому на рівні підприємств, корпорацій, асоціацій, державних комітетів, міністерств тощо. Звичайно існує безліч конкретних шляхів збільшення ефективності діяльності різних суб'єктів.

Звичайно існує безліч конкретних шляхів збільшення ефективності діяльності різних суб'єктів. Сьогодні важливе практичне значення мають такі основні напрямки, відзначає Ю. Ключко, Т. Черняк: активізація і підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності; вибір ефективних форм і методів підприємницької діяльності; підвищення конкурентоспроможності продукції (послуг) підприємств; пільговий податковий режим, який забезпечує дійові стимули для підприємництва; стабільність державної економічної і соціальної політики, спрямованої на підтримку підприємництва; позитивна суспільна думка по відношенню до підприємців і підприємництва.

До найважливіших напрямків підвищення ефективності системи та процесів управління належать такі:

- вдосконалення організаційної структури апарату управління;
- раціоналізація інформаційної системи та документообороту;
- розробка оптимального механізму та наукових методів управління;
- удосконалення планування і організації процесу вироблення і реалізації управлінських рішень;
- механізація та автоматизація процесів управління;
- раціоналізація управлінської праці;
- підбір, підготовка, розстановка та підвищення кваліфікації управлінських кадрів.

За кожним з цих напрямів розробляють конкретні заходи щодо їх реалізації, які після економічної оцінки впроваджуються у підприємницьку діяльність.

Отже, підвищення ефективності підприємництва - одна з центральних проблем економіки. Для успішного вирішення різноманітних економічних і соціальних завдань не має іншого шляху крім підвищення ефективності всього суспільного виробництва.

Сутність ефективності підприємництва трактується більшістю економістів як досягнення максимальних результатів в інтересах суспільства при мінімально можливих витратах.

Особлива значимість проблеми ефективності підприємництва зумовлює необхідність правильно враховувати і аналізувати рівень і масштаби ефективності всіх засобів і елементів виробництва. Визначення ефективності вимагає застосування методів кількісного аналізу та виміру, що передбачає встановлення критерію економічної ефективності.

Список літератури:

1. Туленков М.В. Концептуальні засади організації сучасного менеджменту. – К.: Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2010. – 311 с.
2. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка. – К.: КНЕУ, 2009. – 261 с.
3. Хомяков В.І. Менеджмент підприємства. – К.: Кондор, 2009. – 432 с.
4. Хомяков В.І., Бакум І.В. Управління потенціалом підприємства. – Черкаси: ЧДТУ, 2009. – 323 с.
5. Інноваційний потенціал підприємства та його оцінка // Фінанси України. – 2010. – № 5. – С. 142-149.
6. Череп А.В. Удосконалення управління фінансовими ресурсами з метою підвищення результативності діяльності суб'єктів господарювання // Формування ринкових відносин в Україні. – 2009. – № 7. – С. 44-48.

БАГМУТ І.О., студентка; НТУ «ХП»

БОРЗЕНКО В.І., к.т.н., доцент; НТУ «ХП»

ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДХОДІВ ДО РОЗРОБКИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Мінливість і непередбачуваність ринкового середовища, посилення конкурентної боротьби за споживача ставлять якісно нові завдання для управління збутовою діяльністю будь-якої підприємницької структури. Збутова діяльність являє собою сукупність взаємопов'язаних елементів, які спрямовані на задоволення потреб споживачів шляхом оптимального використання потенціалу організації і забезпечення на цій основі найвищої ефективності продажів [1]: максимального задоволення попиту споживачів, закріплення конкурентних позицій компанії на ринку, забезпечення чи збільшення необхідних обсягів продажів, підвищення фінансових результатів діяльності фірми, виходу компанії на новий ринок, виведення нового товару на ринок, утримання клієнтської бази і залучення нових клієнтів.

Збутова діяльність передбачає комплекс заходів по просуванню товару або послуги: створення позитивного іміджу організації в широких колах громадськості, рекламу, особисті продажі, постійні контакти продавця з покупцем, стимулювання

збуту, сервісні послуги [2].

Сучасні підходи до управління збутовою діяльністю підприємства передбачають формування комплексної системи маркетингового планування, яка включає підсистеми стратегічного планування діяльністю підприємства.

В процесі операційної діяльності підприємства, виникає необхідність формування стратегії інтернет-брендингу, яка може складатися з наступних заходів: (табл. 1)

Таблиця 1 – Перелік заходів для реалізації стратегії інтернет-брендингу

Маркетингове дослідження цільової аудиторії та її ставлення до бренду
Створення Landing page – посадкової сторони у інтернет мережі та систематичне відстежування та і аналіз показників конверсії сайту
Створення офіційних сторінок підприємства у соц.мережах, системне управління та аналітика статистичних показників фолоувінгу охоплення цільової аудиторії
Генерація оригінального рекламного-розважального контенту для постінгу, шерінгу та просування зі сторінок у соціальних мережах
Запуск рекламної компанії у інтернет мережі: контекстна реклама та пошукове просування
Використання RR-заходів
Створення власного блогу підприємства і публікація аналітичних, оглядових, тематичних статей про сферу його діяльності із подальшою інтеграцією зі сторінками у соціальних мережах
Формування актуальних інтернет-програм лояльності, акційних пропозицій, пакетних знижок та бонусів

Використання Інтернет - мережі для здійснення брендингу, як діяльності по розробці марки продукту, просуванню на ринок і забезпеченню її престижності, має ряд суттєвих переваг:

- комунікаційні можливості - можливість надання великої кількості текстової, фото-, аудіо- та відеоінформації; можливість безпосереднього спілкування із споживачами (в соціальних мережах і блогах, за допомогою аудіозв'язку та відеозв'язку, миттєвих повідомлень, електронної пошти і т.п.);
- низька вартість. В будь-якому випадку витрати в розрахунку на одного лояльного споживача будуть нижче, ніж при використанні класичного брендингу;
- вимірюваність. Використання Інтернет - мережі дозволяє прогнозувати результати і відслідковувати статистику: наприклад, визначити кількість запитів у пошукових системах за ключовими словами, з'ясувати, яка відвідуваність рекламних майданчиків, спрогнозувати CTR (Click-throughrate співвідношення кількості натискань і переглядів) банерів та контекстних оголошень;
- оперативність - останнім часом саме інтернет став найбільш оперативним джерелом інформації у світі;
- технологічність - активне використання сучасних інтернет-технологій у

економічній діяльності; наявність у більшості підприємств сучасних мультимедійних сайтів; інтеграція в соціальні мережі, тощо.

Список літератури:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник. -5-те вид. доп. / С.С. Гаркавенко. - К. : Лібра, 2007. - 720 с.
2. Брассингтон Ф., Петтитт С. Основы маркетинга / Ф. Брассингтон, С. Петтитт. - М.: Бизнес Букс, 2014. - 536 с.

ВЕРЮТИНА В.Ю., ст. викл., НТУ «ХП», Харків

ПОБЕРЕЖНА К.В., аспірант, НТУ «ХП», Харків

МЕРЕЖЕВІЗАЦІЯ ТА КЛАСТЕРИ ЕКОНОМІКИ НА ПРИКЛАДІ КОКСОХІМІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Подолання економічної кризи в Україні та її подальший розвиток об'єктивно передбачає відновлення реального сектору виробництва на основі розвитку інноваційних процесів підприємств. У методологічному аспекті на даному етапі розвитку економіки важливим є формування цілісної, гнучкої і динамічної інноваційної системи, здатної вирішувати проблему технологічного базису суспільства. Ефективний перехід до нової моделі інноваційної системи, передбачає трансформацію всіх її системоутворюючих складових. У той же час спосіб господарювання має змінюватися у відповідності до процесів модернізації та стрімкого прогресу. Найсучаснішим способом господарювання є входження або інтеграція до міжнародних виробничих мереж через включення до міжнародних ланцюгів створення доданої вартості та позиціонування своєї діяльності в таких мережах за рахунок належності до того чи іншого кластеру економіки. Отже змінюється весь економічний уклад, або відбуваються процеси, що приводять до зміни існуючої економічної парадигми [1]. Аналіз показує, що в рамках вирішення цієї проблеми ефективним є розробка системи індикаторів інноваційної діяльності. Тільки при наявності чіткої і взаємопов'язаної системи індикаторів інноваційної діяльності можливо вирішувати питання: тенденції розвитку НТП, фактори, які впливають на виконання планових завдань з інновацій і перш за все з урахуванням внутрішніх резервів коксохімічних підприємств.

Коксохімічні підприємства (КХП) 65-70 % продукції розподіляє за внутрішньохолдинговими зв'язками; технологічний процес протікає в закритій апаратурі з жорсткою регламентацією параметрів в результаті чого втручання в хід процесу допускається тільки в аварійних ситуаціях; перевезення сировини і готової продукції здійснюється виключно залізничним транспортом ДП «Укрзалізниця», що знижує можливості управління транспортними потоками; операції складування сировини є першим етапом технологічного процесу, а відвантаження готової продукції здійснюється безпосередньо в залізничні вагони (цистерни). Що знімає

потребу в складуванні. Усі ці організаційно-технологічні особливості обмежують використання інструментів розподільчої, виробничої, транспортної та складської логістики. Під ринком технологічних інновацій, на наш погляд, слід розуміти совокупність ринкових відносин, які виникають у процесі створення, освоєння, передачі та використання наукоємної продукції. Як і інші сектори ринкової економіки, ринок технологічних інновацій може нормально розвиватися лише за наявності певних умов. Для його функціонування потрібна, перш за все, наявність різноманітних форм власності і створення ринкової інфраструктури. Слід зазначити, що інновації, будучи фактором економічного розвитку, виступають, перш за все, як особлива форма реалізації підприємницької активності[2]. Разом з тим, сама по собі підприємницька активність далеко не завжди здатна забезпечити виробництво і масове поширення інновацій в масштабах економічної системи - необхідні механізми підтримки інноваційної діяльності, залучення в інноваційну сферу масштабних інвестицій. Значною мірою інноваційна активність в економіці залежить від активної ролі держави, і не випадково, в сучасному світі науково-технічна політика вважається обов'язковим елементом державної політики будь-якої промислово розвинутої країни. Таким чином, заходи, які необхідно реалізовувати на регіональному та національному рівнях повинні бути спрямовані на підтримку розвитку кластерів та мережевої економіки.

Список літератури:

1. Україна 2030 доктрина збалансованого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukraine2030.org>. – Название с экрана.
2. Підприємництво: інноваційна діяльність, маркетинг, логістичні процеси, облік та оподаткування. Підручник / за ред. *О.І. Савченко*. – Харків. : ТОВ «Планета-принт», 2016. – 600 с.

ВОРОНЦОВА І.В., студентка НТУ ХПИ

ВИКОРИСТАННЯ АУТСОРСИНГУ І АУТСТАФФІНГУ В ПІДБОРІ ПЕРСОНАЛУ

Будь-яке підприємство прагне до підвищення ефективності своєї діяльності. Але у сучасному світі економічна думка і науково - технічний прогрес стрімко шагнули уперед, а перед будь-яким підприємством стоїть необхідність удосконалюватися з новими ідеями і технологіями, робити свою роботу на відмінно.

З появою такого явища як аутсорсинг стало можливим віддавати будь-яку роботу, починаючи з новітніх технологій та керівництва проектом і закінчуючи прибиранням приміщення, стороннім організаціям. При цьому використання сторонніх трудових ресурсів обертається для організації найменшими витратами часу і коштів [2].

Використання аутсорсингу (outsourcing - залучення зовнішніх ресурсів для

вирішення спеціалізованих завдань) стає повсякденною бізнес-практикою для більшості сучасних компаній.

У світовому масштабі аутсорсинг застосовується як засіб підвищення фінансової потужності і конкурентоспроможності компаній. Число компаній, що користуються даними послугами і розуміють в цьому свою вигоду з конкурентоспроможності, постійно збільшується.

Компаніям стало недоцільно повністю і при цьому максимально ефективно забезпечувати свою діяльність шляхом використання внутрішніх ресурсів. Тому частина функцій перекладається на аутсорсингові компанії.

Аутстафінг (outstaffing) – послуга в області кадрового менеджменту з виведення персоналу за штат компанії-замовника і оформлення його в штат компанії-провайдера. Компанія-провайдер бере на себе повну юридичну відповідальність за персонал, включаючи ведення кадрового діловодства і бухгалтерії, виплату заробітної плати, податків, соціальне і медичне страхування, оформлення відпусток, відряджень, премій і т.д. Співробітники, які виводяться за штат, продовжують працювати на колишньому місці і виконувати свої колишні обов'язки, але обов'язки роботодавця по відношенню до них виконує компанія-провайдер [1].

Вилучення персоналу за межі штату компанії стає вирішенням проблеми, викликаних витратами надмірно законорегульованого ринку.

Необхідно відзначити загальні для всіх очевидні переваги застосування аутстафінгу:

- зниження числа співробітників в штатному розкладі дозволяє зменшувати прямі витрати підприємства;
- придбання додаткового часу для освоєння і застосування відділами персоналу новітніх методик навчання і управління персоналом;
- значне зменшення юридичних складнощів, пов'язаних з ризиком по виплаті компенсацій у разі звільнення співробітників;
- зниження адміністративного та фінансового навантаження при збереженні безпосереднього керівництва співробітниками;
- можливість збільшення заробітних плат співробітників і / або додавання бенефітів за рахунок оптимізації управління;
- можливість перевірки всіх нових співробітників на професійне та корпоративне відповідність [3].

Підводячи підсумок можна зазначити, що використання внутрішніх джерел залучення кандидатів на заміщення вакантних посад надає можливості для просування по службі, підвищує мотивацію праці персоналу, покращує колективний морально-психологічний клімат, але в повному обсязі не може задовольнити потреби в кадрах і не сприяє інтенсивності виробництва. Перш за все, зовнішні джерела сповна задовольняють потребу в персоналі, дають нові поштовхи для розвитку підприємства, але не сприяють соціальної згуртованості членів колективу.

Список літератури:

1. «Основи управлінського консультування» *Шапіро С.А., Самрайлова Е.К., Вешкурова А.Б.* – 2016р.
2. «Аутсорсинг» *С. Єфімова, С. Ритіков, Н. Коник, Т. Пешкова* - 2017р.
3. «Сучасні тенденції в управлінні персоналом» *А.В. Дейнека, Б.М. Жуков* – 2009р.

ГАРМАШ С.В., старший викладач, НТУ «ХПІ»

НЕПОТИЗМ ЯК РУЙНІВНА СИЛА НЕ ТІЛЬКИ ДЛЯ ОСОБИСТОСТІ, А Й ДЛЯ ДЕРЖАВИ В ЦІЛОМУ

На сьогодні викликає серйозне занепокоєння західних інвесторів гальмування, а іноді і повне згортання, задекларованих новою владою у 2014 році реформ, зубожіння широких верств населення та одночасне цинічне збагачення можновладців. Однією з причин такої ганебної ситуації, що склалася в Україні, є непотизм.

«Непотизм (від лат. *Nepos* – «родинне» або *nepotis* – «онук», «племінник») – надання родичам або знайомим посад незалежно від їхніх професійних здібностей. Різновид фаворитизму. Інша назва – кумівство. Походить від практики роздачі римськими папами прибуткових посад, вищих церковних звань чи земель близьким родичам» [1].

Ельвіра Молдован, старший науковий співробітник НДІ фіскальної політики університету ДФСУ, зазначила, що така практика у незалежній Україні – залучення до влади родичів, друзів та бізнес-партнерів – має цілу низку негативних наслідків. «По-перше, коли до влади приходять команда з родичів, братів, кумів, починається узурпація влади, усе концентрується в одних руках. Так виникає клановість, приватні інтереси переважають загальнодержавні. У таких умовах найлегше створити собі ілюзію царів держави. По-друге, так формується закрита еліта, яка приречена на самознищення. У таке коло осіб не вливається свіжа кров, нові ідеї та інвестиції. Деформована, закрита еліта не здатна об'єктивно управляти країною і виводити її на міжнародну арену. По-третє, формування клановості сприяє формуванню негативного іміджу, зростає недовіра народу та суспільне незадоволення. Та найбільше «кумівство» сприяє збагаченню кишень чиновників. Так завжди легше прокручувати незаконні схеми, прикривати один одного та «відмивати» гроші» [2].

Олігархічно-кланова система влади панує в нашій Україні на всіх рівнях, оскільки «... в нашій країні поняття «влада», «бізнес» та «кримінал» давно та надовго стали тотожними поняттями...» [3, с. 18]. Це стало можливим саме завдяки політиці непотизму, яка стала невід'ємною характеристикою сучасних українських реалій.

«Уся справа в українській ментальності. Кожна людина, яка отримує владу, буде зловживати нею, доки не досягне максимального результату на власну користь. Повторюю: на жаль, за непотизм в Україні немає відповідальності. Можна хіба орієнтуватись на статтю 364 Кримінального кодексу «Службове зловживання владою». Тоді з людини можуть стягнути штраф із подальшою заборобою працювати

на відповідних посадах. Але це ще треба довести» [2].

У такій ситуації можна спостерігати наступну закономірність: людина починає ототожнювати себе з тією посадою, яку вона займає. Відбуваються деструктивні зміни самої особистості. І чим більш низький моральний та інтелектуальний рівень посадової особи, тим більшими є ці руйнівні трансформації. І це стосується вже не тільки особистості, а й країни в цілому, оскільки «...неможливо побудувати ефективну економіку без морального виміру усіх учасників процесу» [4, с. 193], якщо ми дійсно прагнемо зберегти гідний людський капітал – основу розвитку країни.

Список літератури:

1. Вікіпедія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
2. Біляковська Х. Експерт пояснила всі плюси та мінуси «кумівства» в українських реаліях. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://expres.ua/digest/2017/04/14/237710-ekspert-poyasnyla-vsi-plyusy-minusy-kumivstva-ukrayinskyh-realiyah>
3. Гармаш С. В. Відсутність персональної відповідальності як мотиватор безладдя та беззаконня / С. В. Гармаш // Труді V-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегія інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність» 20 грудня 2014 р. – Х.: НТУ «ХПІ», 2014 р. – С. 18-19.
4. Гармаш С. В. Оцінка соціально-економічної ситуації на основі аналізу статистичних показників (на прикладі України) / С. В. Гармаш // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2013. - № 66 (1039) - С. 190-195.

КОРОВІНА О.В., к.е.н, доцент Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ГОРЛОВСЬКИЙ Д.Р., магістрант, Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТЬ «РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ» І «ЕФЕКТИВНІСТЬ»

В умовах вирішування шляхів подолання глобальної й національної фінансово-економічної нестабільності, невизначеності ринкового середовища, проблематика управління результативністю й ефективністю функціонування підприємств набуває особливої актуальності.

У науково-дослідницькій площині це виражається у розробленні багатьох концепцій і парадигм, які формулюють варіативність характеристики й понятійного апарату ефективності й результативності. Неоднозначність підходів до поняття «результативність» на теоретичному рівні призводить до його ототожнення з «ефективністю», «продуктивністю», «прибутковістю» тощо, а потім виражається і в розрахунках відповідних показників».

Поняття «ефективність» ототожнюють з поняттям «результативність», тому що в перекладі з латинської мови «ефективність» означає результативність, дієвість, продуктивність тощо. У стандарті ISO 9000:2000 поняття «ефективності» і «результативності» економічного суб'єкта розкрито через дефініції інтегральної

характеристики його діяльності та функціонування. Змістовний параметр економічної категорії «результативність» встановлюється через ступінь реалізації спланованої діяльності й досягнення запланованих результатів. Як вважає Ковтун О.І., такий узагальнений погляд, безперечно, не розкриває конкретного показника ефективності чи результативності, оскільки цільова спрямованість менеджменту підприємств різних сфер діяльності й типів економіки, у яких вони здійснюють свою діяльність, може бути різною. Тищенко О.М., Кизим М.О., Догадайло Я.В., під результативністю розуміють «загальне якісне явище, яке характеризує підсумок за всіма показниками функціонування підприємства і визначає потенціал подальшого розвитку». Багато авторів, що займаються даною проблематикою, вважають результативність досягненням певного результату. Натомість є автори, які ототожнюють поняття результативність з поняттям «ефективність». Так, науковці Нусінов В.Я., Турило А.М., Темченко А.Г. вважають, що «ефективність є результативність, тобто результат діяльності (ефект), який одержує суспільство, підприємство або окрема людина на одиницю використаних (чи застосованих) ресурсів». Такий підхід висловлюють автори Орлов П.А., Сініцина Т.А., Устенко О.Л. В своїх роботах вони акцентують ефективність як відношення результату до витрат. На думку, Щербатюк В., «результативність – це складне, багатoelementне, багатокритеріальне явище, яке характеризується низкою показників міри досягнення встановлених цілей суб'єкта господарювання та є «зовнішнім проявом» (негативним або позитивним) його діяльності. Натомість за словами Подольчак Н.Ю, «ефективність» є «внутрішнім проявом» діяльності підприємства, що спрямована на підвищення внутрішньої економічності його роботи, досягнення встановлених результатів завдяки економії виділених на їх отримання ресурсів тощо.

Отже, теоретичний аналіз понять «результативність» і «ефективність» дає нам підстави вважати, що ефективність входить до складу результативності і є головним чинником впливаючим на її зміни. На нашу думку, ефективність характеризує внутрішню діяльність підприємства і показує математичну обґрунтованість кінцевого результату, а результативність має зовнішню сторону діяльності і показує ступінь задоволеності діяльністю підприємства.

ЖАДАН Ю.В., аспірант, НТУ «ХП»

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ

Виробнича діяльність підприємств олійно-жирової галузі пов'язана з більшим чи меншим рівнем невизначеності і завжди підлягає впливу різноманітних ризиків, що потребує їх оцінки та розробки антиризикових заходів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій [1-3], присвячених проблемам оцінювання економічних ризиків, показав наявність різних підходів до їх кількісної та

якісної оцінки, кожний з яких відрізняється один від одного послідовністю етапів їх здійснення, набором показників для оцінювання ризиків та методів, які використовуються для їх визначення, сферою застосування тощо. Враховуючи зазначене, оцінювання ризиків олійно-жирових підприємств потребує формування власної системи показників, здатної якомога точніше ідентифікувати джерела виникнення ризику та визначати можливі наслідки прояву факторів ризику.

Система оцінювання ризиків підприємств олійно-жирової галузі повинна поєднувати в собі їх якісну та кількісну оцінку, а також відповідати наступним вимогам:

- розмежування всього комплексу робіт з оцінки економічних ризиків на окремі процедури;
- поділ процедур на конкретні операції;
- послідовність та взаємозв'язок процедур та операцій;
- використання сукупності методів для оцінки ризиків в залежності від мети дослідження.

Реалізація цих вимог можлива за допомогою системи показників оцінювання ризиків олійно-жирових підприємств, усю сукупність яких розподілено на три групи. До першої групи віднесено показники якості інформації, яка використовується для оцінки ризиків; другої – показники якісної оцінки ризиків; третьої – показники кількісної оцінки ризиків.

Оцінку якості інформації, яка використовується для оцінки ризиків олійно-жирових підприємств, рекомендовано здійснювати за такими критеріями як: достовірність (коректність), об'єктивність, однозначність, порядок та повнота подання інформації, релевантність та актуальність [2]. Достовірність інформації направлена на відсутність суперечливих тлумачень одного і того ж показника. Об'єктивність інформації відображає її неупередженість та незалежність від будь-якої точки зору, а також від способів її отримання. Головною особливістю однозначності інформації є відсутність в неї невизначеності та протиріч, тобто вона повинна бути одноваріантною. Порядок подання інформації об'єднує кількість передавальних ланок між першоджерелом і кінцевим користувачем. Повнота інформації характеризує такий її обсяг, який є достатнім для підготовки і прийняття управлінських рішень. Релевантність інформації віддзеркалює ступінь наближення отриманої інформації до бажаного результату або ступінь її відповідності поставленому завданню. Актуальність інформації, тобто її значущість, підкреслює важливість і сучасність інформації для оцінки ризиків на даний момент часу. Кожний з наведених вище критеріїв оцінюється за бальною шкалою від 1 до 5. При цьому чим якісніша інформація, тим більший бал їй присвоюється. За результатами цієї оцінки визначається середньоарифметичне значення якості інформації.

Показники якісної оцінки ризиків спрямовані на визначення факторів ризику, рівнів прояву потенційних ризиків, ідентифікацію видів ризику. За основу їх формування прийняті запропоновані фактори ризику та удосконалена класифікація економічних ризиків.

Показники кількісної оцінки ризиків складаються з показників, отриманих за допомогою статистичного методу (середній чистий прибуток (збиток), середньоквадратичні відхилення, дисперсія, коефіцієнт варіації) та показників, отриманих з використанням експертного методу (імовірність появи та ступінь впливу ризику, його ранг, інтегральний показник ступеня впливу ризиків на виробничу діяльність підприємства). Останній дозволяє виявляти зони ризику олійно-жирових

підприємств та порівнювати одержані результати з результатами, отриманими за допомогою статистичного методу [3].

Сформована система показників використовується для комбінованої оцінки ризиків, яка складається з чотирьох взаємодоповнюючих процедур. Перша процедура оцінки ризиків включає визначення об'єкта дослідження, збір інформації та оцінку її якості; друга - виявлення факторів ризику, визначення рівнів прояву потенційних ризиків та їх ідентифікацію; третя - вибір методів кількісної оцінки ризиків, оцінка ризикозахищеності підприємств в цілому та окремих його ділянок, визначення зон ризику; четверта – узагальнення результатів комбінованої оцінки ризиків.

Таким чином, запропонована система показників для оцінки ризиків олійно-жирових підприємств, на відміну від існуючих, враховує взаємозв'язок між ризиком та якістю інформації, на основі якої здійснюється їх оцінка.

Список літератури:

1. *Лопатовський В.Г.* Особливості застосування методів кількісної оцінки ризиків за сучасних умов господарювання / *В.Г. Лопатовський* // Вісник Хмельницького національного університету. – 2005. - №6, Т.2. – С.117-120.
2. *Лук'янова В.В.* Якісний аналіз зовнішньоекономічних ризиків машинобудівних підприємств Хмельниччини / *В.В. Лук'янова, А.В. Свідерська* // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту: [Науковий журнал]: - 2015. - №1 (18). – Черкаси. – С.64-71.
3. *Лук'янова В.В.* Діагностика розвитку діяльності підприємства: Монографія / *В.В. Лук'янова*. – Хмельницький: Ковальський В. В., 2007. – 312 с.

ІЛІК Л.М., студентка, Харківській національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проблеми забезпечення фінансово-економічної безпеки суб'єктів підприємницької діяльності досліджуються в працях багатьох зарубіжних і українських економістів. Основи організації економічної безпеки підприємств і банківських установ досліджуються в роботі Зубка М.І. [1]. Загальна схема управління фінансовою безпекою підприємства запропонована в роботі Кириченка О.А. [2]. У статті Іващенко О. В. і Четверікова П.М. розглянуто основні елементи системи фінансово-економічної безпеки підприємства [3]. Структура, організація і функціонування служби безпеки підприємства розглядаються в роботі Ярочкіна В.І.[4]. Проте, недостатня увага приділяється галузевому аспекту забезпечення фінансово-економічної безпеки.

Формування системи фінансово-економічної безпеки, неможливе без розуміння суті поняття «фінансово-економічна безпека». Оскільки в літературі, яка присвячена розгляду даної проблематики, як правило розмежовують поняття «фінансова безпека» і «економічна безпека», то доцільно буде розглянути основні підходи до визначення терміну «фінансово-економічна безпека».

Під економічною безпекою розуміють «стан, за якого забезпечуються економічний розвиток і стабільність діяльності підприємства, банку, гарантований захист їх ресурсів, здатність адекватно і без суттєвих втрат реагувати на зміни внутрішньої і зовнішньої ситуації» [1, с. 8]. Економічна безпека підприємства розглядається також як такий стан функціонування, за якого підприємство і його продукція є конкурентоспроможними на ринку та одночасно гарантується: найефективніше використання ресурсів, інтелектуального і кадрового потенціалу; стабільність функціонування, стійкість та прогресивність розвитку; можливість протидіяти негативним впливам зовнішнього і внутрішнього середовища його функціонування [5]. Олейніков Е.А. розглядає економічну безпеку підприємства як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання загрозам і для забезпечення стабільного функціонування підприємства в даний час і в майбутньому [6].

Метою даної статті є дослідження специфіки загроз підприємствам будівельної галузі, формування системи їх фінансово-економічної безпеки та розробка моделі управління даною системою.

Щодо фінансової безпеки, то вона в основному розглядається як складова економічної безпеки. Так, Бланк І.О. [7] зазначає, що «фінансова безпека підприємства є основним елементом системи його економічної безпеки. У загальному складі елементів економічної безпеки фінансова компонента виступає в ролі базового значення рівня і структури фінансового потенціалу підприємства в забезпеченні цілей його економічного розвитку». Таким чином, під фінансово-економічною безпекою підприємства слід розуміти стан захищеності його ресурсів та інтелектуального потенціалу від наявних та потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього середовища його функціонування, який характеризується високими фінансовими показниками діяльності та перспективою економічного розвитку в майбутньому.

Комплексна система забезпечення економічної безпеки підприємництва – це сукупність взаємопов'язаних заходів організаційно-правового характеру, які здійснюються з метою захисту підприємницької діяльності від реальних або потенційних дій фізичних і юридичних осіб, які можуть привести до суттєвих економічних втрат [4].

Будівництво значно відрізняється від інших галузей господарства, що в першу чергу пояснюється особливим характером продукції будівництва, методами організації будівельного процесу та особливостями технології будівельного виробництва. Так як технологія будівельного процесу є досить складною, то помилка навіть одного робітника може привести до аварій на об'єктах будівництва, в результаті яких підприємство зазнає значних фінансових і матеріальних збитків.

Територіальна віддаленість об'єктів будівництва ускладнює управління процесом будівництва, що впливає на зростання транспортних ризиків та ризиків втрати матеріальних цінностей. Великий вплив на техніко-економічні показники

будівництва має фактор часу, так як спорудження об'єкта будівництва триває місяці, а то й роки. Довга тривалість процесу будівництва приводить до відволікання капіталу з обігу. Складність прогнозування та планування фінансових потреб будівельного підприємства, які можуть змінюватись протягом процесу будівництва, наприклад, зміна цін на будівельні матеріали, може викликати непередбачуване призупинення будівельного процесу і, як наслідок, привести до втрати іміджу суб'єкта підприємництва і значних фінансових втрат.

Метою формування системи фінансово-економічної безпеки будівельного підприємства є захист його діяльності від зовнішніх та внутрішніх загроз для забезпечення стабільного функціонування підприємства та фінансово-економічного зростання.

Відповідно до мети, основними завданнями системи фінансово-економічної безпеки будівельного підприємства мають бути:

- своєчасне виявлення можливих загроз фінансово-економічній безпеці та прийняття заходів щодо їх запобігання;
- усунення реальних внутрішніх і зовнішніх загроз фінансово-економічній безпеці підприємства;
- забезпечення економічної ефективності діяльності будівельного підприємства, його фінансової стабільності та незалежності;
- забезпечення збереження майна та інформаційної безпеки будівельного підприємства на всіх стадіях процесу будівництва;
- забезпечення кадрової безпеки підприємства, що включає не тільки підбір висококваліфікованих співробітників, а й організацію безпечних умов праці і особисту безпеку;
- захист комерційної таємниці підприємства за допомогою обмеження доступу до інформації, що становить комерційну таємницю;
- захист інтересів будівельного підприємства при взаємодії з партнерами та органами місцевого управління.

Об'єктами захисту будівельного підприємства є його матеріальні, фінансові, інтелектуальні та кадрові ресурси. Суб'єктом забезпечення фінансово-економічної безпеки є служба безпеки підприємства.

Управління системою фінансово-економічної безпеки включає:

- планування діяльності з забезпечення фінансової стабільності та економічного зростання підприємства;
- керівництво діяльністю служби безпеки підприємства при вирішенні кризових ситуацій;
- контроль за дотриманням стратегічних планів забезпечення фінансово-економічної безпеки.

Таким чином, сформована модель управління системою фінансово-економічної безпеки дозволяє визначити загрози діяльності будівельного підприємства на стадії

стратегічного планування, і, відповідно до загроз, визначити об'єкти та суб'єкти захисту, основні цілі та задачі системи, на основі яких формується стратегія фінансово-економічної безпеки та розробляється механізм її забезпечення.

Завершальним етапом управління системою фінансово-економічної безпеки є контроль за отриманими результатами та їх співставлення з планами з можливістю подальшого їх коригування. Основним критерієм ефективності управління системою фінансово-економічної безпеки є оцінка економічного стану підприємства та його фінансової стабільності. Визначення системи показників оцінки ефективності управління системою фінансово-економічної безпеки будівельного підприємства і буде напрямком подальшого дослідження.

Список літератури:

1. Економічна безпека суб'єктів підприємництва: навчальний посібник / [Зубок М.І., Рубцов В.С., Яременко С.М. та ін.]; за ред. М.І. Зубка. – К., 2012 – 226 с.
2. Кириченко О.А. Вдосконалення управління фінансовою безпекою підприємств в умовах фінансової кризи / О.А. Кириченко, І.В. Кудря // Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2009. – № 16. – С. 22-28.
3. Система фінансово-економічної безпеки підприємства: [Електронний ресурс] / О.В. Іващенко, П.М. Четверіков // SWorld. – 2012. – № 2. – Режим доступу до журн.: <http://www.sworld.com.ua/konfer28/51.pdf>
4. Ярочкин В.І. Система безпеки фірми / В.І. Ярочкин. – 3-є изд., перераб. и доп. — М.:Ось-89, 2003. – 352 с.
5. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізм зміцнення: монографія. – Львів: Вид-во «Арал», 2008. – 386 с.
6. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) / под ред. Е.А. Олейникова. – М. : Изд-во «Интел-Синтез», 1997. – 212 с.
7. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия. – К. : Изд-во «Эльга», «Ника-Центр», 2004. – 784 с.

КОЛОТЮК О.І., асистент НТУ «ХПІ», м. Харків

КОМПЛЕКСНЕ АВТОМАТИЗОВАНЕ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПО РЕМОНТУ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ

У роботі описані методи і приклад реалізації автоматизованої системи управління товарними запасами на підприємстві по ремонту побутової техніки. В теорії західних і країн, що розвиваються описаний економічний аналіз запасів, який вбудований в створення ланцюжка цінностей на підприємствах. З розвитком ринку розробок програмного забезпечення для автоматизації систем управління підприємствами (АСУП) розробники дотримуються вимог формування ланцюжків цінностей на підприємствах. Тим самим в кінцевому рахунку аналіз запасів повністю інтегрується в ланцюжок поставок і ланцюжок формування цінності. У свою чергу ланцюжок поставок складається з таких стадій трансформації товарно-матеріальних цінностей (ТМЦ) як: закупівля сировини і комплектуючих; виробництво напівфабрикатів; зберігання напівфабрикатів і готової продукції; дистрибуція готової продукції; організація відносин з оптовими і роздрібними покупцями; використання і вторинна переробка вторинної сировини; соціальні заходи.

На даний момент найбільш ефективними методами функціонального і операційного управління запасами і ресурсами є стандарти методології планування (MRP) і їх модифікації. При цьому побудова систем управління на окремих ділянках дозволяє використовувати науково-технічні напрацювання в області АСУП з використанням нових інформаційних технологій. Ключові слова: запаси, автоматизація системи управління ТМЦ на підприємстві по ремонту побутової техніки, управління ланцюгами цінностей підприємства.

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що існує необхідність більш детального освоєння і подальшої реалізації в системах автоматизації управління підприємствам в розрізі аналізу стану ТМЦ на підприємствах надають послуги з ремонту побутової техніки і забезпечує оптимальне постачання запасними частинами при нестабільному попиті і обмеженнях на обсяг збережених запасів. Правила обліку запасів в бухгалтерському обліку України регулюються стандартом 9 (ПСБО-9), затвердженого наказом міністерства фінансів України N 246 від 20.10.99. Предмети споживання, що знаходяться в сфері товарного обігу, утворюють товарні запаси. Існування товарних запасів як категорії товарного обігу обумовлено необхідністю необхідності забезпечення безперервності процесу обігу товарів і функціонуванням ланцюжка створення цінностей підприємства.

Важливе значення Дональд Дж. Бауерсокс і Дейвид Дж. Клосс приділяють політиці і стратегії управління запасами. «Політика управління запасами складається з рішень - що купувати або виробляти, коли і в яких обсягах. Вона так само включає в себе рішення про розміщення запасів на виробничих підприємствах і в розподільчих центрах. Другий елемент політики управління запасами стосується стратегії. Можна керувати запасами кожного розподільного складу по окремоті, а можна управляти запасами на різних складах централізовано. Централізоване управління вимагає більшої координації та інформаційного забезпечення.

Список літератури:

1. Бауерсокс, Дональд Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Дональд Дж. Бауерсокс, Дейвид Дж. Клосс. – 2-е изд. / Пер. с англ. Н.Н. Барышниковой, Б.С. Пинскера. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. – 640 с.
2. Сисоєв В.В. Теоретичні аспекти логістики в підприємстві. ТОВ «Планета-принт» 2016р. – 600 с.
3. Косенко О.П. Розвиток методів вартісної оцінки нематеріальних активів та об'єктів інтелектуальної власності / П.Г. Перерва, О.П. Косенко, М.М. Ткачов // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія : економічна. – Донецьк : ДНТУ, 2014. – № 4. – С. 57–66.

ЧЕРЕПАНОВА В.О., професор, м. Харків, НТУ «ХПІ»,
МИХАЙЛОВА М. О., магістр, м. Харків, НТУ «ХПІ»

УПРАВЛІНСЬКЕ КОНСУЛЬТУВАННЯ – ЗАСІБ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Управлінське консультування відіграє суттєву роль у становленні ринкової економіки в країні, про що свідчать статистичні дані щодо річного обороту цих

послуг у США – «більше 50 млрд. дол. За оцінками фахівців чистий оборот галузі консультування по управлінню в Європі перевищує 8 млрд. дол., в Японії — 2 млрд. дол. За даними бюлетеню «Consultants News» з 1990 року середньогалузевий щорічний темп приросту складає 10%, а у провідних фірм цей показник коливається від 20 до 30%. Цей бізнес зберігає лідируючі позиції по продуктивності праці. Так за даними журналу Journal of Management Consulting дохід на одного консультанта в The Boston Consulting Group склав 382 200 дол., Roland Berger & Partner — 437 000 дол., McKinsey & Co 468 800 дол., Towers Perrin — 477 800 дол. [1].

За даними Європейського інформаційно-дослідницького центру для таких країн, як: Південна Корея, Великобританія, США, Франція та інші, важливим питанням є створення умов для розвитку підприємств малого та середнього бізнесу(МСБ). Розглядаючи успішні політики підтримки малого та середнього бізнесу у зазначених країнах доцільно підкреслити, що поряд з фінансовими, освітніми, інноваційними програмами, приділяється увага наданню підприємствам малого та середнього бізнесу консультативних послуг, у тому числі у сфері міжнародного консалтингу. Так у Великобританії існує чотири категорії програм допомоги МСБ – консультування нових та діючих підприємств; надання фінансової допомоги; регіональні програми дрібним підприємствам у Шотландії, Уельсі, Північній Ірландії; програми, що стимулюють експортну діяльність дрібних фірм [2].

Окрім цього Європейський інформаційно-дослідницький центр підкреслює, що у США питаннями розвитку малого бізнесу займається Адміністрація малого бізнесу (Small Business Administration, SBA), яка підзвітна Президенту і Конгресу країни. Серед основних її функцій є надання освітніх, інформаційних, консультаційних послуг та захист інтересів підприємств малого бізнесу.

Сьогодні перед урядом України були поставлені такі важливі завдання, як: створення сприятливих умов для МСБ та збільшення експортних операцій. Вирішення їх можливо здійснювати одночасно.

У роботах [3, 4] запропоновано методичний підхід до організації управлінського консультування підприємств малого та середнього бізнесу у просуванні послуг як на вітчизняному ринку, так і закордоном.

Як зазначають фахівці з управлінського консультування[5], у наступні чотири роки спостерігається зростання попиту на ці послуги, тому важливим є покращення якості послуг, що постійно використовують підприємства МСБ, та пошук нових видів послуг з управлінського консультування. Такий підхід є обґрунтованим, оскільки в Україні є потенціал попиту на такі послуги, як: фінансовий, адміністративний та кадровий менеджмент, інтеграція CRM-систем та інші.

Список літератури:

1. Верба В. Управлінське консультування в Україні: місія не здійсненна? // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/strategy/str101.html>
2. Підтримка малого та середнього бізнесу у світі (огляд інструментів і політик) // Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://euinfocenter.rada.gov.ua/uploads/documents/28868.pdf>
3. Черепанова В.О., Солодовнікова Т.В., Пивовар В.М. Напрями вдосконалення управлінського

консультування підприємств в умовах фінансової кризи // Віст. НТУ «ХПІ». Збірн. Наукових праць. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2014. – №64 (1106). – С. 160– 163.

4. Черепанова В.О., Лейкін Д.С. Планування розвитку управлінського консультування в Україні //Віст. НТУ «ХПІ». Збірн. Наукових праць. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2015. – №59 (1168). – С.76-79

5. Відновлення ринку консалтингу почнеться вже в 2018 році // Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://n-auditor.com.ua/uk/novini/finansi/item/66877>

МАКАРОВ О.О., студент, НТУ «ХПІ»

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТА ПЕРСОНАЛОМ

На сьогоднішній день є актуальною проблема ефективності управління підприємством та персоналом. Упровадження систем ефективності управління є один із найголовніших факторів у підвищенні трудової активності та ефективності персоналу, що сприяє досягненню цілей підприємства. Управління персоналом - це сукупність принципів, методів та засобів цілеспрямованого впливу на персонал, що забезпечують максимальне використання їх інтелектуальних і фізичних здібностей при виконанні трудових функцій для досягнення цілей підприємства[1].

Кінцевий результат управління часто називають ефектом управління. Ефект – це результат здійснення заходів, спрямованих на вдосконалення виробництва, бізнесу й організації в цілому. Ефект управління складається з трьох складових: економічний ефект – вид ефекту, що має безпосередню вартісну форму; соціально-економічний ефект – має комплексну природу поєднання економічної вигоди і соціальної стабільності і спокою; соціальний ефект – вид ефекту, який принципово не може бути перерахований в економічний, наприклад запобігання соціальному конфлікту[3].

Ефективність менеджменту – це зіставлення спожитих ресурсів з отриманим результатом. Результати та ефективність управлінської праці в кінцевому підсумку управління в цілому залежать від багатьох умов і передумов. До їх числа відносяться потенціал співробітника, його здатність виконувати певну роботу, засоби виробництва, соціальні аспекти діяльності персоналу і колективу в цілому; культура організації. Вони значною мірою залежать і від особистості самого керівника: його авторитету, стилю роботи тощо. Тому всі ці фактори діють спільно, в інтеграційній єдності[2].

Підвищення ефективності управління є необхідною складовою успішної діяльності будь-якого підприємства. У цей час існує безліч способів підвищення ефективності менеджменту, кожний з яких спрямований або на самого керівника, його особисті й професійні якості, або на який-небудь елемент управлінської діяльності. Робота над підвищенням ефективності управління може починатися з будь-якого елемента, того, удосконалювання якого є для організації найбільш актуальним. Важливо лише мати при цьому у виді взаємозв'язок елементів один з

одним.

Найбільш загальні шляхи підвищення ефективності управління[2]:

- удосконалювання структури управління, максимальне її спрощення, децентралізація більшості функцій, визначення повноважень керівництва з урахуванням кваліфікацій й особистих якостей.
- вироблення стратегії розвитку організації на основі аналізу її сильних і слабких сторін, розробка філософії й політики організації, що охоплює всі її функціональні області.
- розробка інформаційної системи організації, що забезпечує ефективний комунікаційний зв'язок між співробітниками й підрозділами.
- розробка системи прийняття рішень, правил і процедур управління, системи стимулювання.
- система постійного підвищення кваліфікації працівників на основі навчання, перепідготовки, розвитку ініціативи, творчості.
- розробка системи підбора, навчання, оцінки й переміщення керівних кадрів, планування кар'єри керівників, застосування стилю керівництва, адекватного внутрішньому й зовнішньому факторам, що впливає на організацію.
- застосування найбільш ефективних методів підбора персоналу, його оцінки, формування працездатного, сумісного складу працівників, створення максимально сприятливого соціально-психологічного клімату.
- робота зі створення культури організації, вироблення спільних цінностей, визнаних і схвалюваних співробітниками.

Ефективність управління персоналом багато в чому залежить від обраної системи управління персоналом організації. Система управління - це упорядкована сукупність взаємозв'язаних елементів, які відрізняються функціональними цілями, діють автономно, але спрямовані на досягнення загальної мети.

Особливе місце займає підвищення кваліфікації і навчання персоналу. Навчання персоналу - це придбання персоналом навичок необхідних для досягнення цілей організації. Для навчання персоналу на підприємстві можуть використовуватися різні види і форми навчання. Підвищення кваліфікації полягає у поглибленні професійних знань, умінь і навичок, отриманих в процесі підготовки. Система управління підвищення кваліфікації базується на наступних принципах: планомірності, системності та безперервності розширення знань; періодичності і обов'язковості навчання; диференціації навчальних планів і програм за категоріями працівників; забезпечення навчального процесу.

Таким чином, існує велика кількість шляхів і методів підвищення ефективності управління на підприємстві. Кожне підприємство самостійно вирішує питання про вибір шляхів підвищення ефективності управління залежно від специфіки діяльності і особливостей вже сформованої системи управління. Проте будь-якому керівнику важливо усвідомлювати, що найбільша ефективність управлінської діяльності буде

досягнута в тому випадку, коли будуть застосовуватися різноманітні методи в комплексі з урахуванням цілей та стратегії розвитку підприємства.

Список літератури:

1. Социально-психологические аспекты менеджмента : учебн. пособ. / В.А. Кузнецова, О.В. Магомедалиева. – Орел : Орел ГТУ, 2008. – 89 с.
2. Менеджмент : учебн. пособ. для вузов / авт. кол. Е.М. Коротков, А.А. Беляев, М.Б. Жернакова и др. ; ред. Е.М. Короткова. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 224 с.
3. Общий и специальный менеджмент : учебник / общ. ред. А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М. : Изд. РАГС, 2000. – 568 с.

МУРАТОВА С.А., студентка, НТУ «ХПІ»

МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Одна з головних задач для організацій різних форм власності являється пошук ефективних засобів управління працею, які забезпечують активізацію людського чинника. Вирішальним причинним чинником результативності діяльності людей є їх мотивація. Щоб забезпечити сприятливе середовище, персонал повинен отримувати задоволення від тієї роботи, що виконує, має бути натхненним і визнаним суспільством, що забезпечується роботою управління персоналом. Використовуючи різні методи мотивації, можна визначити позитивні і негативні аспекти їх застосування. Це відображає природний процес, в якому немає ідеальної моделі керування підприємством. Яка б відповідала б всім вимогам стимулювання, як в теорії так і на практиці.

Мотивація розглядається, як процес, що спонукає до дії; має динамічний характер; керування поведінкою людини до самоспрямованості, організованості, активності та стійкості. Основною метою процесу мотивації є максимальне віддача та бажання трудових ресурсів, для підвищення загальної прибутковості, зростанню, результативності та діяльності підприємства.

Мотив є спонуканням людини до активності, пов'язане з намаганням задовольнити певні потреби. В наслідок усвідомлення і переживання потреб у людини виникають певні спонукання до дій, в наслідок яких ці потреби задовольняються. Мотив у цьому разі виступає як причина постановки тих чи інших цілей [4].

Внутрішнє спонукання до дії є результатом взаємодії складної сукупності потреб, що змінюються, тому керівник для здійснення мотивації повинен визначити ці потреби і знайти способи їх задоволення. При зовнішній мотивації дія на суб'єкт відбувається ззовні, наприклад, через оплату за роботу, розпорядження, правила поведінки і так далі [1].

У практиці управління, як правило, одночасно застосовують різні методи і їх комбінації. Для ефективного управління мотивацією необхідно використовувати в

управлінні підприємством всі три групи методів (організаційно-розпорядчі, економічні, соціально-психологічні) [2]. Акцентування уваги тільки на економічних методах стимулювання, часто призводить до зниження уваги до соціально-психологічним аспектам мотивації, визначальним внутрішню мотивацію персоналу [3].

Можна використати кадрову ротацію, як мотивуючий фактор і спосіб, що знімають гостроту проблеми плинності серед компетентних працівників, є використання можливостей внутрішнього переміщення в рамках організації. Таким чином, не дозволяючи співробітнику піти і особливо не підвищуючи його, можна зменшити напругу і збільшити віддачу працівника. Також одним з ефективних способів мотивації керівників і співробітників є планування кар'єри. Для працівника дана робота корисна тим, що він може бачити зв'язок між своїми діями і кінцевим результатом.

Важливо зберігати позитивний психологічний клімат. Його покращення мотивують різними корпоративними заходами, які можуть поліпшити згуртованість колективу і його взаємини.

Під час мотивації персоналу необхідно також враховувати умови праці. Позитивний психологічний настрій на трудову діяльність створює сприятливі умови праці. Хороші умови праці посилюють мотивацію не значно, тоді як погані умови різко її знижують.

Соціально-психологічні фактори є одними з провідних елементів, яким потрібно приділяти особливу увагу. Приклад тривалої та монотонної роботи, на комп'ютері у співробітників викликає психологічний і фізичний дискомфорт. Ці працівники не рідко працюють понаднормово, через традиційні переробки. Таким чином знижується ефективність роботи працівників, тому, слід знижувати рівень психологічного та фізичного навантаження, яке можливе при введенні додаткової перерви у 5 хвилин на кожну робочу годину (крім обов'язкового, встановленого законом). При чому співробітник може використовувати цей час на свій розсуд. Додаткове надання будь-якого простору для відпочинку персоналу під час обідньої перерви (кімната відпочинку).

Роблячи висновки, можна сказати, що мотивація персоналу здійснюється за рахунок не тільки грошової винагороди за роботу і кар'єрного росту, а також впливом на працівника іншими мотиваційними факторами. Вирішення проблеми ефективної мотивації можливе при застосуванні соціально-психологічних методів мотивації персоналу для якісної роботи.

Список літератури:

1. Бовикін В.І. Новий менеджмент: управління підприємством на рівні вищих стандартів; теорія і практика ефективного управління. - М.: Економіка, 1997.
2. Богданов Ю.Н., Зорін Ю.В., Шмонін Д.А., Яригін В.Т. Мотивація персоналу // Методи менеджменту якості. - 2001. - № 11.
3. Верхоглазенко В. Система мотивації персоналу // Консультант директора. - 2002. - № 4.
4. Колот А.М. Мотивація персоналу: Підручник. - К.: КНЕУ, 2002.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Успішний розвиток підприємства неможливий без зацікавленості його працівників в ефективній діяльності. Тому використання сучасних підходів та методів мотивації є ключовим механізмом управління персоналом й необхідною умовою досягнення успіху в роботі підприємства.

Економічна сутність мотивації персоналу складається з двох різних, але при цьому взаємопов'язаних процесів: мотивації персоналу та процесу розвитку знань і навичок працівників та підвищення рівня кваліфікації персоналу.

Мотивація професійного розвитку персоналу як процес використання внутрішніх та зовнішніх стимулів, за допомогою яких працівників спонукають до формування спеціальних знань, розвиток необхідних навичок і вмінь, що дозволяють підвищувати продуктивність праці, максимально якісно виконувати функціональні обов'язки, освоювати нові види професійної діяльності.

Система мотивації як управлінська концепція спрямована на формування мотиваційної основи діяльності працівника, підвищення його трудового потенціалу з урахуванням ціннісних орієнтацій організації. Мотивація як складно організована система, яка обумовлена цілями, завданнями та інтересами компанії, з одного боку, і цілями і цінностями співробітника, з іншого боку.

Сьогодні персонал розглядається як основний ресурс підприємства, що в значній мірі визначає успіх всієї його діяльності, яким треба грамотно управляти, створювати оптимальні умови для його розвитку, вкладати необхідні засоби.

Основними вимогами до формування системи мотивації персоналу на підприємстві є комплексність, диференційованість, гнучкість та оперативність [1].

Система мотивації персоналу спрямована на вирішення таких важливих завдань як :

- формування правильної моделі виробничого поведінки;
- врахування специфіки потреб різних категорій працівників;
- залучення, утримання та розвиток персоналу;
- оптимізація витрат на персонал.

Нематеріальний аспект мотивації спрямований на ціннісну сферу працівника.

Матеріальна мотивація може виступати у вигляді прямої матеріальної мотивації - оплата праці та непрямої - компенсації і пільги, які для співробітника, як правило, виражені в нематеріальній формі (компенсація витрат на транспорт, безкоштовне харчування на роботі тощо).

Грошова винагорода за результати, своєчасність виплати винагороди, виплати відсотків з дивідендів та акцій компанії, введення додаткових бонусів, як заходи матеріальної мотивації.

Підвищення кваліфікації працівників, призводить до підвищення якості продукції, що виробляється на підприємстві.

Досвід іноземних підприємств показує, що вкладання грошей у підготовку молодих кадрів є однією з найвигідніших інвестицій.

Отже, розвиток трудових ресурсів на підприємстві гарантує стабільний розвиток на економічному ринку, прибуткове функціонування, безперервний розвиток персоналу підприємства, зменшення плинності кадрів.

ПЕРЕДРІЙ А.Е.Ю., асистент, НТУ «ХПІ»

ЛІЗИНГ ПЕРСОНАЛУ

Використання терміну лізинг в застосуванні до людських ресурсів увійшло у вжиток спільно з таким поняттям, як інтелектуальний капітал, під яким мають на увазі знання, вміння і навички, що сприяють підвищенню продуктивності праці, а як наслідок, прибутку.

Лізинг персоналу (англ. Personnel leasing) - управлінська технологія, різновид аутсорсингу, що дозволяє забезпечити бізнес-процес компанії необхідними трудовими ресурсами, використовуючи послуги сторонньої організації.

Оренда персоналу несе в собі цілий ряд переваг. Одна з найбільш очевидних вигод в тому, що організація може залучати кваліфікованих фахівців тільки на час вирішення конкретного завдання. Поширений приклад, послуга системного адміністратора в невеликій компанії для налагодження офісної техніки. Залежно від ситуації різниця в оплаті однієї і тієї ж роботи може досягати від 30% до 90%. Причому економія досягається як за рахунок відсутності простоїв, так і шляхом зменшення оподатковуваної бази, якщо фірма зі звичайною системою оподаткування орендує співробітників в працюючої на спрощення компанії.

Крім того, знижується навантаження на бухгалтерію та відділ кадрів шляхом виключення витрат на розрахунок зарплати і зменшення кадрового діловодства. Для тимчасових працівників не передбачають компенсаційні пакети. Усуваються ризики, виплати компенсацій у разі скорочення штату. Відсутні простой через хворобу або відпустки співробітника (лізингодавець зобов'язаний його на цей час замінити). Можна оперативно реагувати на сезонність бізнесу, відкривати представництва або регіональні філії, набираючи в лізинг всіх необхідних для цього співробітників. Нерідко найбільш

ефективних співробітників згодом беруть в постійний штат, що по суті виключає витрати на підбір високоякісного персоналу. І для співробітників лізинг несе ряд переваг. Він дає шанс отримати добре оплачувану постійну роботу (за статистикою 10% тимчасових співробітників отримують пропозицію працевлаштування) плюс безперервний стаж і гарантовану оплату відпусток і лікарняних.

Існує три види оренди персоналу. Це власне лізинг (staff leasing), висновок персоналу за штат (outstaffing) і підбір тимчасового персоналу (temporary staffing). Перший термін спочатку був пов'язаний з тимчасовим використанням співробітників не прийнятих в штат, але передбачає подальше їх працевлаштування на постійній основі. Однак, виходячи з ситуації, що на вітчизняному ринку праці практики, прийом в штат відбувається порівняно рідко, обмежуючись лише орендою. Через це на нашому ринку відбувається поступове змішання лізингу з аутстафінгу, який, будучи терміном, похідним від англійських слів «out» і «stuff», має на увазі постійне використання позаштатного персоналу. Нарешті, останній термін - temporary staffing - використовується тоді, коли необхідний тимчасовий персонал на недовгий термін від 1 до 3 місяців, наприклад, при відпустці або хворобі штатного співробітника. У всіх трьох випадках зовнішні фахівці працюють усередині компанії, лізингове агентство не бере на себе відповідальність за ведення бізнес-процесів. Тому не варто плутати оренду співробітників з аутсорсингом, адже він має на увазі повну передачу частини бізнес-задач на зовнішнє обслуговування. У цьому випадку за результат відповідають співробітники компанії аутсорсера.

У вартість лізингу персоналу входять: зарплата працівника, податки на працівника, які виплачує агентство лізингу, гонорар агентства.

У лізингу персоналу перспективне майбутнє, так як він дозволить багатьом компаніям підійти виважено до вирішення питання про оптимальне використання персоналу в діяльності організації.

ПОДРЕЗ О.І., аспірант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ШЛЯХИ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОКСОХІМІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проблеми сталого розвитку промислових підприємств присвячено багато наукових праць, дисертаційних досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Але залишаються недостатньо визначеними питання щодо формування теоретичного

та інструментального апарату впровадження сталого розвитку у діяльність коксохімічних підприємств.

Діяльність цих суб'єктів господарювання характеризується складністю матеріально-технічної бази, технологічністю виробництва та високою вагою змінних витрат у структурі собівартості продукції. Окрім цього, коксохімічні підприємства мають значні витрати на здійснення заходів з охорони навколишнього середовища. Їх територіальне розташування ставить їх у залежність від результатів проведення антитерористичної операції в Україні, від вартості та якості вугілля, що закупляє країна за кордоном, тощо [1].

Таким чином, на ефективність та стабільність діяльності коксохімічних підприємств впливають багато факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Тому питання їх сталого розвитку є актуальним та своєчасним.

Під сталим розвитком коксохімічних підприємств розуміється стійкій та стабільний процес якісних (прогресивних) змін у роботі підприємства, який відбувається під впливом суперечностей зовнішнього та внутрішнього середовища, вимагає здійснення збалансованого розвитку за проектами та сферами діяльності на протязі коротко- та довгострокового періоду часу.

Досягнення сталого розвитку може здійснюватися різними шляхам, але в економічній літературі термін «шляхи розвитку» взагалі не розглядається. В монографії Д.В. Райко виділяються форми та види розвитку, що залежить від «специфіки об'єкту, механізму розвитку, джерела і спрямованості, до яких віднесено: екстенсивний (виявлення і збільшення того, що вже існувало) та інтенсивний (виникнення якісно нових форм); екзогенний (розвиток, що визначається лише ззовні, навколишнім світом) та ендогенний (розвиток, джерело якого знаходиться усередині об'єкта, що розвивається); еволюційний (повільні, поступові, неявні зміни в структурі об'єкта – кількісні зміни) і революційний (раптові, різкі, стрибкоподібні, докорінні зміни в структурі об'єкта – якісні зміни); прогресивний (розвиток уперед) і регресивний (розвиток назад)» [2].

Такий підхід доказує, що в економічній літературі недостатньо чітко визначено поняття «шляхи досягнення сталого розвитку», під яким розуміється характер та напрям здійснення змін у діяльності підприємства.

Безумовно, кожне підприємство має визначити власні шляхи досягнення сталого розвитку, які базуються на перерахованих вище чотирьох пар, але для остаточного їх визначення доцільно визначити фактори негативного впливу та суперечності, що виникають у процесі діяльності коксохімічного підприємства. На цій основі побудувати інструменти управління сталим розвитком, за допомогою яких досягається сталий розвиток.

Список літератури:

1. Черепанова В.О. Удосконалення класифікації факторів впливу на діяльність вітчизняних промислових підприємств / В.О. Черепанова, М.С. Магомедов // Матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. «Перспективні напрями наукових досліджень – 2015» (Братислава, Словаччина, 17-22 жовтня 2015 р.). – Київ :

МОРГАЙ Л.В., магістрант, м. Харків, НТУ ХПІ,

РІДКОЗУБОВА А.В., магістрант, м. Харків, НТУ ХПІ

КРЕАТИВНІСТЬ – ШЛЯХ ДО УСПІХУ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Креативність – це складне, неоднозначне, багатопланове явище, яке охоплює різні теоретичні та практичні напрямки дослідження. Деякі науковці зазначають, що його дослідження само по собі вимагає креативної дії [1].

Підприємства та стартапи сьогодні становляться необхідною економічною складовою. Про них говорять, пишуть та їх обговорюють. Розвиток свого бізнесу – це певний тренд, якому потрібно слідувати. Тим не менш, це виходить далеко не у всіх. Можливо, справа в тому, що бізнесмени не можуть правильно визначити напрям своїх дій, який хотіли б розвивати. Зовсім недавно в світі з'явилося нове поняття – креативне підприємництво (creative entrepreneurship). Можливо, саме креативність допоможе знайти інноваційні підходи до бізнесу. Саме цим і обумовлюється актуальність даної теми.

Слід зазначити, що креативний менеджмент – є процесом створення нової системи знань, вмінь та навичок[1]. З іншого боку - це ефективне управління структурами, процесами та ресурсами для досягнення заданих цілей з використанням нестандартних (творчих) підходів. Цілями креативного менеджменту є оцінка творчого потенціалу особистості, створення творчої атмосфери в колективі, формування груп експертів, покликаних оцінити ті або інші попередньо розроблені пропозиції, створення тимчасових колективів із творчих особистостей.

Креативність в управлінні потрібна в тому випадку коли для прийняття рішень недостатньо стандартних рішень; коли потребується багатомірне системне бачення проблемних ситуацій (генерація необхідної різноманітності); коли «все пов'язано з усім»; коли потрібен вибір більш життєздатних рішень та створення інноваційних продуктів або послуг.

Серед методів, що застосовуються для вирішення завдань роботи творчим шляхом є направлення на посилення креативних та евристичних здібностей людини та метод, спрямований на формалізацію логіко-аналітичної діяльності людини.

Специфічними особливостями підприємницької творчості є багатогранна основа, усвідомлена творча спрямованість, своєрідний механізм реалізації прийнятих рішень.

Основними поняттями креативного підприємництва є підприємницька команда, кожен член якої приймає активну участь в управлінні та має особистий

підприємницький інтерес; індивідуальний та груповий творчий потенціал та певні навички бізнес-планування.

Місією креативного підприємця вважається активізація, розвиток та позитивна спрямованість процесів, що відбуваються в цій системі за допомогою реалізації творчих ідей в підприємницьких інноваціях [2].

Отже, креативний менеджмент є процесом створення нової системи знань, умінь і навичок. За своїм змістом він близький до інноваційного та відрізняється від нього тим, що розглядає об'єкт (інтелектуальний продукт) з боку його структури, а не з позиції його створення.

Насправді творчим підприємцем стати не складніше, ніж звичайним бізнесменом, але за однієї умови – працювати доведеться з творчими людьми, до яких потрібен особливий підхід. Талант і культурний креатив – це ключ до успіху інноваційного бізнесу. Основою – є створення ефективної команди, що об'єднує в собі всі можливі функції – від творчих до управлінських та впровадження новітніх технологій з урахуванням сучасних світових тенденцій.

Список літератури:

1. Савченко О.И. «Инновационное предпринимательство как креативный процесс», Р.1 «Инновационное предпринимательство: Креативность, коммерциализация, экосистема», К.: Пульсары, 2015 – 294 с.
2. Переверзев М.П., Лунёва А.М. Основы предпринимательства. М.: Инфра – М, 2009. – 176 с.

РОГАНОВА Г.О., к.е.н, ст. викладач, кафедра фінансів, Національний університет харчових технологій

КОВАЛЕВСЬКА Є.О., магістрант, кафедра фінансів, Національний університет харчових технологій

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СТРАХОВОЮ КОМПАНІЄЮ

Бізнес-планування відіграє важливу роль у досягненні успіху у будь-якій сфері підприємництва. Планування в страховій діяльності – це безупинний процес, що має своєю стабільною метою приведення можливостей страхової компанії у відповідність з можливостями ринку, які сформовані в результаті цілеспрямованих дій страховика, а також приведення його можливостей у відповідність з тими чинниками ринку, що не піддаються контролю страховика [2,45]. Постійні зміни економічних умов та вимог законодавства, політична нестабільність вимагають від менеджменту страхових компаній здатності швидко орієнтуватись в мінливому середовищі, адекватно реагувати на проблеми, що виникають в даній сфері, та приймати ефективні управлінські рішення [1]. Саме бізнес-планування дає змогу передбачати реакцію страхової компанії на вимоги зовнішнього середовища та підтримувати її відповідну

поведінку на ринку.

На нашу думку, під бізнес-плануванням страхової компанії слід розуміти комплекс конкретних заходів перспективного розвитку, реалізація яких дозволяє досягти визначені цілі та завдання діяльності страхової компанії, поліпшити результати діяльності та запобігти небажаним явищам, що є невід'ємною частиною сучасних мінливих умов підприємництва. Слід зазначити, що у законодавстві України не закріплено обов'язковість розробки бізнес-плану. Стосовно страхових компаній також немає жорсткої регламентованої форми його складання.

Оцінка діяльності ПрАТ «Український страховий капітал» показала, що компанія не використовує можливості бізнес-планування для покращення своєї діяльності, і може втратити потенційних інвесторів та кредиторів. Побудова бізнес-плану страхової компанії дозволила нам сформулювати наступні блоки (табл. 1): характеристика діяльності компанії, дослідження та аналіз ринку страхових послуг, маркетинговий, оперативний, організаційний і фінансовий блоки, аналіз ризиків.

Таблиця 1- Структура бізнес-плану страхової компанії

Структурний елемент	Характеристика запланованого заходу	Очікувані результати від впровадження заходів результати
Характеристика діяльності страхової компанії	Інформація про компанію та страхові послуги, які вона надає	Візуалізація філософії, місії та принципів роботи компанії
Дослідження та аналіз ринку страхових послуг	Аналіз поточної ситуації на ринку; оцінка впливу зовнішніх факторів; SWOT-аналіз	Виявлення ринкових можливостей та нейтралізація ринкових загроз. Підвищення долі корпоративного страхування
Маркетинговий блок	Характеристика існуючих каналів збуту; відомості про просування страхових послуг; стратегія маркетингу	Розвиток партнерських відносин із автодилерами, будівельними компаніями, ломбардами, кредитними союзами, спорт-клубами та ін.
Оперативний блок	Організація процесу надання страхових послуг, а також інші важливі параметри для досягнення основних показників діяльності	Включення до складу страхової послуги додаткових сервісів (юридичний, інформаційний супровід, можливість розрахунку криптовалютою, технічна допомога)
Організаційний блок	Інформація щодо існуючої організаційно-правової структури компанії, функції ключових підрозділів, організація координації і взаємодії служб і підрозділів компанії	Залучення висококваліфікованих кадрів, створення програми мотивації персоналу, налагодження нових партнерських відносин з найбільшими клієнтами та партнерами
Фінансовий блок	Обґрунтування інвестиційних вкладень, оптимізація джерел їх отримання, планування фінансової звітності, прогнозування показників фінансового стану	Підтримка страхових резервів, інвестування у фінансові активи, накоплення доходів, збалансування грошових потоків, підвищення фінансової стійкості компанії.
Аналіз ризиків проекту	Виявлення та аналіз потенційних ризиків страхової компанії	Нейтралізація як традиційних, так і нестандартних ризиків страхових компаній

У першому блоці викладається коротка інформація про компанію, реєстраційні дані, форму власності, види діяльності, ступінь розвитку компанії. Наступний блок містить інформацію про місце компанії на страховому ринку, характеристику конкурентного середовища, сильні та слабкі сторони (SWOT-аналіз), ринкові загрози.

У маркетинговому блоці описуються всі значущі деталі і обставини, пов'язані з впливом на ринок і реакцією ринку в зв'язку з реалізацією заходів бізнес-проекту. Оперативний блок передбачає інформацію щодо організації процесу надання страхових послуг, впровадження нових сервісів. В організаційному блоці бізнес-плану описується система управління страховою компанією, план освоєння інвестицій, а також всі необхідні параметри, пов'язані з залученням, навчанням і управлінням трудовими ресурсами.

Важливим є фінансовий блок бізнес-плану, я містить результати фінансових і економічних розрахунків за обраним маркетинговим, виробничим і управлінським сценарієм, аналізуються грошові потоки, прибутки і збитки, коефіцієнти ефективності з урахуванням вартості грошей у часі, фактори фінансового ризику т інше.

Ключовим моментом складання бізнес-плану страхової компанії є аналіз ризиків проекту. Метою даного аналізу є визначення ступеня чутливості головних фінансових показників страхової компанії до змін зовнішнього і внутрішнього середовища.

Запропонована структура бізнес-плану дає змогу висвітлити інформацію щодо поставлених перспективних завдань страхової компанії, інструментів їх реалізації, форм і джерел фінансування, економічного ефекту від їх впровадження.

Список літератури:

1. Сокиринська І.Г. Страховий менеджмент. Навчальний посібник / І.Г. Сокиринська, Т.О. Журавльова, І.Г. Аберніхіна – Дніпропетровськ : Пороги, 2016. – 301 с.
2. Стратегічне маркетингове планування в страхових компаніях : [монографія] / І.Л. Литовченко, О.В. Рулінська, Л.В. Новошинська, В.Г. Баранова; – Одеса : ИНВАЦ, 2014. – 280 с.

СІКЕТІНА Н.Г., асистент кафедри ЕА та О НТУ «ХП»

МЕТОДИКА МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ситуаційне моделювання є ефективним інструментом управління, прогнозування й планування, засобом експертного аналізу ситуації машинобудівного підприємства (МБП). Процес структурного моделювання полягає у відповідному розташуванні структурних елементів, встановлення логіки напрямку потоків і взаємозв'язків мережі.

Перспективне використання пакетів прикладних комп'ютерних програм класу систем ситуаційного моделювання вимагає теоретичного обґрунтування

математичних моделей, формалізації елементів і розробки алгоритму взаємозв'язків, що становлять систему забезпечення економічної ефективності МБП.

Методика послідовного ускладнення моделі забезпечення економічної ефективності МБП у мінливому конкурентному середовищі дозволяє більш детально проаналізувати певні аспекти його роботи.

Реалізація пропонованої математичної моделі функціонування МБП здійснена засобами системи структурного моделювання *iThink v9.0.2 by isee systems*. Моделювання системи забезпечення економічної ефективності МБП здійснювалося поетапно:

- побудова елементарної моделі оцінки факторів економічної ефективності МБП: а) побудова елементарної моделі оцінки виробничого фактору економічної ефективності МБП; б) побудова елементарної моделі оцінки комерційного фактору економічної ефективності МБП; в) побудова елементарної моделі оцінки фактору конкурентоспроможності продукції МБП;
- отримання результатів моделювання в імітаційній моделі «розрахунок комплексного коефіцієнта економічної ефективності МБП»;
- побудови моделі забезпечення економічної ефективності МБП «Сценарій № 1 – неефективний – «Сценарій № 2 – низько ефективний» – «Сценарій №3 – ефективний» – «Сценарій №4 – високоефективний»;
- отримання результатів моделювання в імітаційній моделі «Сценарій № 1 – неефективний – «Сценарій № 2 – низько ефективний» – «Сценарій №3 – ефективний» – «Сценарій №4 – високоефективний».

Рішення представлених завдань ситуаційного моделювання з використанням моделі системи прогнозування сценаріїв забезпечення економічної ефективності МБП, дозволило технічно здійснити побудову й випробування більш складних імітаційних моделей, умовно описують реальну діяльність конкретних МБП Харківського регіону.

Розроблений метод дозволив представити ряд постановочних завдань, що демонструють перспективні і практично необмежені можливості імітаційного моделювання з використанням моделі системи забезпечення економічної ефективності МБП.

Застосування методів економіко-математичного моделювання, які, не в повній мірі використовуються для дослідження категорії економічної ефективності, дозволило дослідити вплив превентивних заходів щодо забезпечення її певного рівня на ефективність МБП, як у статичі, так і у динаміці.

Список літератури:

1. Тогунов И.А. Маркетинг: философия моделирования <http://www.marketing.spb.ru/read/sci/m3/5.htm?printversion>.
2. Siketina N.H. Scenario approach to develop machine-building enterprise's strategy / N.H. Siketina // Стратегії маркетингової діяльності у сучасній економіці : зб. тез наук. робіт учасників Міжнар. наук.-практ. конф., 29-30 вересня 2017 р. – Київ : АЦ "Нова Економіка", 2017. – С. 63-67.
3. Сікетіна Н.Г. Статистичний аналіз ризиків машинобудівного підприємства [Електронний ресурс] /

Н. Г. Сікетіна // Економіка: реалії часу = Economics: time realities : електрон. наук. журн. – 2016. – № 6 (28). – С. 88-99. – URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n6.html>.

4. Сікетіна Н.Г. Обґрунтування вибору варіантів розробки програми щодо підвищення економічної ефективності діяльності підприємства / Н.Г. Сікетіна // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : «Технічний прогрес та ефективність виробництва». – Харків : НТУ «ХПІ». – 2009. – № 36. – С.37–141.

5. Сікетіна Н.Г. Забезпечення діяльності машинобудівного підприємства в мінливому середовищі / Н.Г. Сікетіна // Perspectives of research and development : coll. of sci. art. – Dublin : SAUL Publishing Ltd, Dublin, 2017. – Р. 43-48.

РУДЬ І.Ю., к.е.н., доцент, Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського

НОВИЦЬКА Н.О., студентка, Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського

ОФШОРИ ЯК ЗАХИСТ АКТИВІВ

Виведення капіталу з економіки України має значний негативний вплив на її розвиток, тому за рахунок зменшення обсягів капіталу що обертається в державі, а також недоотримання бюджету, а відповідно і його значного дефіциту. Саме тому, однією з найважливіших проблем економіки України є відтік капіталу до офшорних країн, що викликає необхідність їх законодавчого регулювання з сторони держави.

У своїх працях багато вчених висловлювали думки на рахунок існування та діяльності офшорних зон та впливів в них капіталів, найбільш вагомими були праці Баймуратова М.О., Бозуленко О.К., Зоріна О.І., Косе Д.Д., Омельчук Е.С., Сліпець В.Н., Галкін І.Г. та інших.

Офшорна зона (від англ. «поза територією берега») – це територія держави чи частина території, яка спеціалізується на наданні спеціального сприятливого правового режиму щодо іноземних юридичних осіб (нерезидентів) або резидентів своєї країни, що полягає в наданні низки послуг щодо ведення бізнесу [1].

Створення офшорних територій у певних регіонах світу зумовлено двома основними причинами: близькість до центрів ділової активності; відсутність у країн власних внутрішніх ресурсів для розвитку. У першому випадку офшорні території створювалися в промислово розвинутих країнах. Друга причина продукувала виникнення офшорів у країнах Тихого океану й Атлантики, для цих країн прибутки від офшорного бізнесу є основним видом джерел фінансових ресурсів.

Єдиного списку офшорних зон не існує, кожна держава визначає цей перелік для себе. В Україні перелік офшорних зон встановлено розпорядженням Кабінету Міністрів України «Про перелік офшорних зон» від 23.02.2011 р. № 143-р [2].

Офшорний бізнес може існувати в таких сферах діяльності, як банківська справа, страхування, торгівля, будівництво, інвестиційна діяльність, лізинг, робота на ринку цінних паперів, транспортні послуги тощо. На територіях офшорних юрисдикцій більшість економічних суб'єктів використовують можливість

пом'якшити податковий тягар через: торговельні та бартерні операції за посередництва офшорної фірми; операції з борговими зобов'язаннями; операції з цінними паперами; самофінансування.

Наявність проблем вимагає проведення змін щодо процесів податкової оптимізації в міжнародних операціях українських компаній, що потребує, на нашу думку, впровадження таких кроків у системі податкового законодавства, як:

Отже, для зменшення відпливів капіталу Україні необхідно впровадити наступні заходи: встановлення жорстких вимог до подачі інформації про здійснення електронних переказів; посилити вимогу щодо контролю транзакцій здійснюваних публічними особами, а також оточуючих їх осіб, включаючи членів сімей, помічників, радників та ін.; посилити перевірку джерел доходів політичних діячів; розширити список злочинів, які використовують для відмивання грошей; посилення вимог щодо виконавчих органів боротьби з відмиванням коштів.

Список літератури:

1. Бозуленко О.К. Роль офшорної фінансової діяльності у світовій фінансовій системі / О.К. Бозуленко // Економіст. – 2010. – №1. – С. 51 – 53.
2. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про перелік офшорних зон» від 23.02.2011 р. № 143-р.

СОРОКОТЯГА М.І., студент, НТУ «ХП»

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ПОКАЗНИК

На сьогоднішній день поняття «конкурентоспроможність підприємства» в економічній науці свідчить про багатогранність авторських підходів та поглядів. Ця наукова категорія використовується для теоретичних доказів підприємств різноманітної галузевої приналежності, аналізу діяльності підприємств різних секторів економіки, окремих товарів та їх груп, рівня інноваційності тощо.

Проводячи аналіз, пов'язаний з дослідженнями у обраній області економічної науки, можна переконатись, що визначень конкурентоспроможності існує велика кількість, але найбільш точним обґрунтуванням є дане поняття у якому конкурентоспроможністю вважається «сукупність характеристик продукту і супутніх його продажу і споживанню послуг, що відрізняють його від продуктів-аналогів по ступеню задоволення потреб споживача, за рівнем витрат на його придбання й експлуатацію», це надає можливість товару відповідати очікуванням споживачів і надає ймовірність продати товар. Поза тим ми можемо визначити рівень конкурентоспроможності при порівнянні товарів конкурентів між собою, інакше, конкурентоспроможність - це можливість збуту товару одночасним завоюванням більшої його частини на потенційному ринку. Артур Д. Літл, у ствердженні даних слів, обґрунтовує, що для підпорядкування певної частини ринку виробнику потрібно мати насамперед високий рівень конкурентоспроможності продукції, що

випускається.

Здебільшого закордонні економісти стверджують, що найважливіший засіб конкурентної боротьби аналізується як інноваційна активність, що має у порівнянні з традиційними методами суперництва певний пріоритет, який орієнтований головним чином на ціновій маніпуляції.

Японські економісти запевняють, що у нинішній час визнання нової продукції на 70–90 % залежить від точності її відповідності перевагам споживача. Значною мірою тільки завдяки цій унікальній спроможності Японія швидкими темпами обганяє США і Європу в сфері інноваційної активності, оперативне планування і розробки в якій являють гостру необхідність в умовах «ринку покупця», при яких запити споживачів стають усе більш витонченими і вимогливими.

Таким чином, закордонний досвід корпоратизації великих фірм може зіграти чималу роль у процесі корінної перебудови управління економікою України і переходу до моделей, заснованих на реальних економічних інтересах учасників виробництва.

Це підтверджує той факт, що першість товару необов'язково завоює успіх і принесе постачальнику високий прибуток. Корпорація для отримання переваг перед конкурентами повинна результативно користуватися актуальними ресурсами маркетингу, що надасть можливість отримати точніше розуміння терміну «сфера» і «час» при створенні модерної продукції, а також з зору покупця технічну освіченість. Тобто, при виготовленні продукту фірмі потрібно надавати велику увагу оцінці її позиції на ринку, важливий аналіз комплексу факторів, що здатні забезпечити високий рівень її конкурентоспроможності.

Узагальнюючи, слід зазначити, що головною причиною успіху виготовлення конкурентоспроможної продукції є не тільки великі результати надійності та якості у сфері підвищення, а також отримання в створенні та введенні в практику актуальної концепції маркетингу.

Список літератури:

1. Корж М.В. Маркетинг: Навчальний посібник / Корж М.В. – К. : «Центр учбової літератури», 2008р. – 343с

СНІЦАРЕНКО О. М., магістрант, м. Чернігів, ЧНТУ

ІНТЕРНЕТ-РЕКРУТИНГ: ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

В наш час стрімкого розвитку технологій комп'ютер став невід'ємним атрибутом робочого столу кожного менеджера, а мережа Інтернет – одним з основних засобів праці. Це стосується і менеджерів з персоналу. Крім обміну електронною поштою і резюме, читання довідкової літератури та журналів за фахом, інтернет може

значно полегшити роботу з пошуку нових співробітників. Тому все більшого поширення і активного використання набуває інтернет-рекрутинг.

Інтернет-рекрутинг - це інструмент, набір прийомів і способів для пошуку резюме або розміщення оголошень на сторінках job-сайтів, форумів і корпоративних сайтів. Проте, необхідно мати на увазі, що жоден менеджер по персоналу або керівник компанії не може прийняти рішення про наймання фахівця, не поспілкувавшись з ним особисто [1].

Можні виділити такі основні види інтернет-рекрутингу:

- job-сайти (спеціалізовані сайти, призначені для пошуку роботи та працівників). За останні декілька років такі сайти перетворилися з баз даних, якими вони були на початку своєї появи, в повноцінні сервісні системи, орієнтовані на HR-потреби клієнтів. В Україні найбільш поширеними job-сайтами є work.ua, rabota.ua, jobs.ua, robotainua.com та інші.

- social media (соціальні мережі, блоги, форуми та ін.). Зважаючи на досить високу вартість послуг з пошуку претендентів на посаду, в сучасних умовах все більшої популярності набувають пошук резюме і перевірка здобувачів через соціальні мережі. При проведенні інтерв'ю з'явилася тенденція використовувати Skype, відео-чат у Twitter, Google, Facebook [3].

- на цьому використанні соціальних мереж в рекрутменті не обмежується. Наприклад, під час виставки HR Tech (найбільшого європейського форуму, присвяченого цифровізації управління людськими ресурсами), яка пройшла в кінці жовтня 2017 року, у секції рекрутменту було представлено багато цікавих стартапів, в тому числі додатки для пошуку роботи по типу дії додатка для знайомств і побачень Tinder [2].

- спеціалізовані сайти компаній, призначені для залучення кандидатів (job.mcfr.ua, rabotavmcdonalds.ru, і т.д.), або сторінки з інформацією про відкриті вакансії, які є на корпоративних сайтах майже всіх компаній.

- Онлайн-щоденники, в яких розповідається про корпоративну культуру, організаційну структуру, проблеми, завдання компанії, тобто формування HR-бренду і позитивного сприйняття організації як роботодавця.

Переваги та недоліки інтернет-рекрутингу наведені в таблиці 1.

Таблиця 1 – Переваги та недоліки інтернет-рекрутингу

Переваги	Недоліки
1	2
Велика різноманітність інтернет-ресурсів з рекрутингу.	На фоні великої кількості вакансій конкретна об'ява може «загубитися».
Оперативність – вакансія з'являється на сайті в режимі реального часу.	Міні-резюме кандидатів, розміщені на кадрових ресурсах, малоінформативні.
Мінімальні грошові затрати – навіть платне розміщення вакансій дешевше порівняно з розміщенням інформації в друкованих ЗМІ.	З численних відгуків на вакансію більше половини не підходять по базовим вимогам, які вказані у вакансії.

Закінчення таблиці 1

1	2
Відсутність посередників між роботодавцем і здобувачем – є можливість швидко встановити контакт з потрібним кандидатом.	Не всі вакансії можна закрити за допомогою інтернету – наприклад, медичний персонал, керівники вищого рівня, та ін.

Отже, незважаючи на те, що інтернет-рекрутинг має свої недоліки, він дедалі активніше використовується в практиці підбору персоналу.

Список літератури:

1. *Иванов А.Е.* Как закрыть вакансию. Органайзер рекрутера [Текст] / *А.Е. Иванов.* — Москва: Вершина, 2006. - 224 с.
2. *Кухарчук О.О.* Почему эйчары должны возглавить роботизацию [Електронний ресурс] / *О.О. Кухарчук.* — Режим доступу: <https://www.e-xecutive.ru/career/hr-management/1987767-pochemu-eichary-dolzheny-vozglavit-robotizatsiu>
3. *Холодницька А.В.* Сучасні технології підбору персоналу та можливості їхнього практичного використання / *А.В. Холодницька* // Науковий вісник Полісся. - 2015. - № 1(1). - С. 61-64.

ТИМОФЕЕВА Е.А., к.э.н., доцент, НТУ «ХПИ»

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В ПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ УКРАИНЫ.

Одной из основных проблем украинской экономики является высокая энергоемкость ВВП, которая приблизительно в 2,5 раза превышает показатель энергоемкости развитых стран по данным Международного энергетического агентства.

Неэффективное потребление топлива – энергетических ресурсов, а также проведение АТО (анти террористической операции) на Востоке Украины создают диспропорции в энергетическом балансе и вызывают необходимость дополнительного импорта топлива – энергетических ресурсов. Поэтому в таких сложных социально экономических условиях проблема снижения энергоемкости промышленности и ВВП в целом является одной из основных в обеспечении энергетической безопасности и независимости Украины.

В современных условиях развития национальной экономики политика энергоэффективности реализуется на недостаточном уровне, основным препятствием на пути ее реализации наряду с недостаточным уровнем финансирования можно выделить низкий уровень мотивации промышленных предприятий к внедрению инновационных энергосберегающих и энергоэффективных технологий [3]. При этом мировая практика свидетельствует, что достичь высокого уровня энергоэффективности хозяйствования возможно только при организации результативного взаимодействия между государством и представителями бизнеса на

условиях прозрачности и партнерства.

Государство должно создать адекватные условия для реализации существующего потенциала энергоэффективности, а именно провести ряд структурных преобразований базирующихся на инновационной модели развития экономики и внедрении энергосберегающих проектов, прежде всего в сфере энергетики, промышленности и жилищно коммунальной сфере. Необходимо отметить, что существующие государственные, региональные и отраслевые программы направленные на энергосбережение и повышение энергоэффективности субъектов хозяйствования не стали эффективными, как из-за отсутствия единого координационного центра, так и за счет игнорирования проблем энергосбережения на региональном уровне.

Особенно остро стоит проблема энергосбережения и энергоэффективности на предприятиях промышленного комплекса вследствие низкого уровня внедрения энергосберегающих технологий и их отставания в технико – технологическом развитии в результате морального и физического старения основных фондов. Но без внедрения инновационных технологий предприятиям тяжело создавать продукцию с конкурентоспособными технико – экономическими показателями [2,4].

В данный момент основной задачей снижения энергоемкости продукции во всех отраслях народного хозяйства Украины является разработка эффективной системы государственного регулирования энергетической сферы, которая создаст условия для оптимизации структуры потребления энергоресурсов, а также замены дефицитных топливно - энергетических ресурсов более доступными.

Выделим направления качественного усовершенствования промышленных производств с точки зрения повышения энергоэффективности:

- расширение применения автоматизированных процессов на производстве;
- разработка на предприятиях планов по внедрению современных энергосберегающих технологий и оборудования;
- внедрение системы сбора статистической информации по энергопотреблению, с целью анализа и выявления резервов энергетических ресурсов [1];
- применение на производстве оборудования для замкнутых технологических процессов;
- разработка и внедрение механизма государственного регулирования и стимулирования процесса внедрения энергосберегающих технологий на предприятиях;
- усовершенствование налоговой системы в части налогообложения предприятий внедривших высокоэффективные энергосберегающие технологии в производство продукции и т.д.

Опираясь на исследование современных подходов к формированию

экономического обеспечения эффективного использования энергетических ресурсов в промышленности, выделены направления качественного усовершенствования предприятий промышленного комплекса, решения которых позволит повысить уровень энергоэффективности. Оптимальным путем решения данных проблем является инвестиционно – инновационное развитие, которое обеспечит комплексное развитие, направленное на техническое обновление производств, использование существующего научно – технического потенциала и сформирует высоко технологическое производство.

Список литературы:

1. Козлов В. Нормування споживання енергоносіїв як фактор енергозбереження в авіаційній галузі / В. Козлов, Н. Соколова // Вісник ТДТУ. Серія: «Машинобудування, автоматизація виробництва та процеси механічної обробки», – Тернопіль : ТДТУ, 2008. – Том 13. – № 4. – С. 110-114.
2. Мельник Л.Г. Энергоэффективность как фактор повышения экономического уровня предприятия / Л.Г. Мельник, С.В. Шевцов // Механізм регулювання економіки. – Суми : СумДУ, 2010. – № 1. – С. 154-159.
3. Микитенко В.В. Энергоэффективность промышленного производства: [монография] / В.В. Микитенко. – К. : Об'єднаний інститут економіки, 2004. – 281 с.
4. Микитенко В.В. Формування системи забезпечення ефективного використання енергоресурсів у промисловості: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.03 / НАН України; Рада по вивч. продукт. сил України / Микитенко В.В. – Київ, 2007. – 441 с.

УСАЧОВА К.Д., магістрант, м. Харків, НТУ «ХП»

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ КОЛЕКТИВІВ

За ступенем мотивації на роботу колективи діляться на групи "Х", "У" і "Z". Група "Х" не мотивована на роботу. Склад її звичайно різномірний за віком, статі, національності, складається з низько кваліфікованих працівників з "совковою" психологією і чітко вираженою установкою на мінімальну віддачу й бездіяльність. Іноді це може бути інтелектуальна група, яка розглядає роботу як клуб, де можна проводити час у приємному суспільстві, займатися комп'ютерними іграми, бесідами, читанням літератури і т.п. Ефективність і результативність такої групи низькі. Мотивувати роботу членів групи "Х" може авторитарний керівник за рахунок централізації у своїх руках функцій керування, застосування директивного стилю, чіткого планування і контролю, а також твердого покарання окремих членів групи, які не виконують завдання й порушують трудову дисципліну. Низько кваліфіковані виконавчі члени такої групи мають потребу в навчанні. Групі "Х" не можна доручати складні роботи, які вимагають високої якості виконання. Група "У" частково мотивована на роботу. Як правило, такі групи створюються без обліку професійної й статевої та вікової структури, з розподілом формальних і неформальних лідерів у мікрогрупах, з більшою питомою вагою людей, які не мають рівня знань і вмінь, достатніх для виконання поставлених завдань. У групах "У" багато працьовитих і старанних працівників, але немає чітко поставлених завдань і ресурсного забезпечення, домінує зрівняння в оплаті праці передових і відсталих працівників. У

колективі можуть часто виникати конфлікти, інтриги, протиріччя між окремими мікрогрупами й особистостями. Для посилення мотивації такої групи керівник повинен зробити наступне: виявити неформальних лідерів і призначити їх на посади бригадирів, майстрів, керівників проєктів; правильно визначити цільові завдання і розподілити функції керування з частковою передачею повноважень керівникам мікрогруп або неформальних лідерів; використовувати переважно демократичний тип керування; правильно використовувати винагороду за результати праці й покарання за зриви виконання завдань; постійно піклуватися про підтримку в колективі гарного клімату. Група "Z" повністю мотивована на роботу, має високий рівень кваліфікації й відносно однорідний склад за віком, освітою, інтересами і мотивацією. Внутрішні протиріччя легко переборюються і психологічний клімат у колективі дуже гарний. Як правило, група "Z" складається з передових працівників, мотивованих самоствердженням і високим рівнем морального заохочення. У групі "Z" переважають демократичний або ліберальний стилі керівництва. Тому керівник групи може передати частину своїх повноважень у мікрогрупи; активно підключати членів групи до процесу прийняття рішень, наголошуючи на колегіальність, а не на єдиноначальність; активно застосовувати винагороду за досягнуті високі результати і якість праці.

На мотивацію групи впливають вид діяльності, ступінь її спільності або розрізненості, націленість на роботу, мораль, сумніви, які можуть привести її до розпаду, зв'язок з причинами, що привели до її утворення, об'єднуючі мотиви. Тому, ті, хто працюють з колективами повинні знати фактори, що впливають на мотивацію груп:

1. Кількість членів групи. Оптимальний розмір – 5-9 осіб. Подальше збільшення розміру групи послаблює мотивацію її членів, посилює тенденцію поділу її на частини, появи цілей, що не узгоджуються, розпаду.
2. Якісний склад групи суттєво впливає на її мотивацію і може розглядатися з точки зору полу, віку, професії, особистісних якостей, інтелектуального рівня та ін. Більш ефективним вважається різнорідний колектив.
3. Просторове розміщення членів групи також впливає на мотивацію. У кожного члена групи повинно бути постійне робоче місце, особистий простір.
4. Групові норми – неписані закони і правила поведінки, які поступово складаються у будь-якому колективі.

Мотивація групи залежить від ступеню сприйняття норм її членами, оскільки для того, щоб працювати в групі необхідний певний конформізм.

5. Згуртованість групи – характеристика єдності її членів, узгодженості їх спільних дій і міцності взаємовідносин. Учасники згуртованої групи добре мотивовані на спільну роботу. Підвищується задоволення людей роботою, покращується результат праці.
6. Статуси і ролі членів групи.

Рекомендації щодо посилення мотивації групи:

1. Добір у групу людей близьких по духу, смаками, поглядами.
2. Розташування членів групи ближче один до одного у територіальному відношенні.
3. Часте збирання групи разом, розвиток

почуття приналежності до групи, залучення до спільно групових заходів. 4. Участь членів групи у прийнятті рішень, оскільки можливість впливу на загально групові процеси розвиває у членів групи позитивне сприйняття колективу. 5. Постановка загальних цілей – досяжних, конкретних, заохочуваних, таких, що співпадають з особистими інтересами кожного. 6. Укріплення довіри членів групи один до одного. 7. Розвиток здорового колективізму, солідарності, доброзичливості, прагнення до пошуку компромісів. Недопущення емоційної напруги у стосунках, вирішення конфліктних ситуацій.

Список літератури:

1. Грэхэм Х.Т., Беннетт Р. Управление человеческими ресурсами: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
2. Осовська Г.В., Крушельницька О.В. Управління трудовими ресурсами: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2003.
3. Манів З.О., Луцький І.М. Економіка підприємства. – К.: Знання, 2004.
4. Петрович Й.М., Кім А.Ф., Семенів О.М. Економіка підприємства. – Львів.: Новий світ-2000, 2004.

ГРИГОРОВСЬКИЙ П.Є., к.т.н., с.н.с. ДП «Науково-дослідний інститут будівельного виробництва ім. В.С. Балицького»

ХАЛІНА В.Ю., к.е.н., доцент, Харківський національний університет будівництва та архітектури

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ РОБІТ ДЛЯ РІЗНИХ ВАРІАНТІВ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ РОБІТ, ЗАСОБІВ ТА МЕТОДІВ ВИМІРЮВАНЬ

При оцінці ефективності нових типів і модернізованих вимірювальних систем, приладів та обладнання, виборі доцільних варіантів їх комплектації, встановленні ступеня їх використання на всіх етапах життєвого циклу об'єкту будівництва, визначенні ефективності винаходів, патентів і раціоналізаторських пропозицій щодо вимірювальних систем, методик та технології їх застосування розрізняють три категорії продуктивності: конструктивно-розрахункову, технічну та експлуатаційну (рис. 1).

При визначенні конструктивно-розрахункової продуктивності вимірювальних систем приладів та обладнання слід виключити тривалість тих операцій циклу, які не пов'язані з роботою вимірювального приладу або системи, а відносяться до ручних операцій (монтаж вимірювального та допоміжного обладнання, підготовка конструкції до вимірів, улаштування пунктів спостереження, освітлення, лабораторних постів, реперних знаків, тощо).

Конструктивно-розрахункова продуктивність або організаційно-технологічні показники, що характеризують тривалість циклу вимірювань, кількість вимірів одного параметру за годину, точність визначення параметру, число циклів за

визначений період, тощо, мають для кожної вимірювальної системи однакове значення, оскільки ця продуктивність визначається тільки з урахуванням її конструктивних властивостей та технічних характеристик.

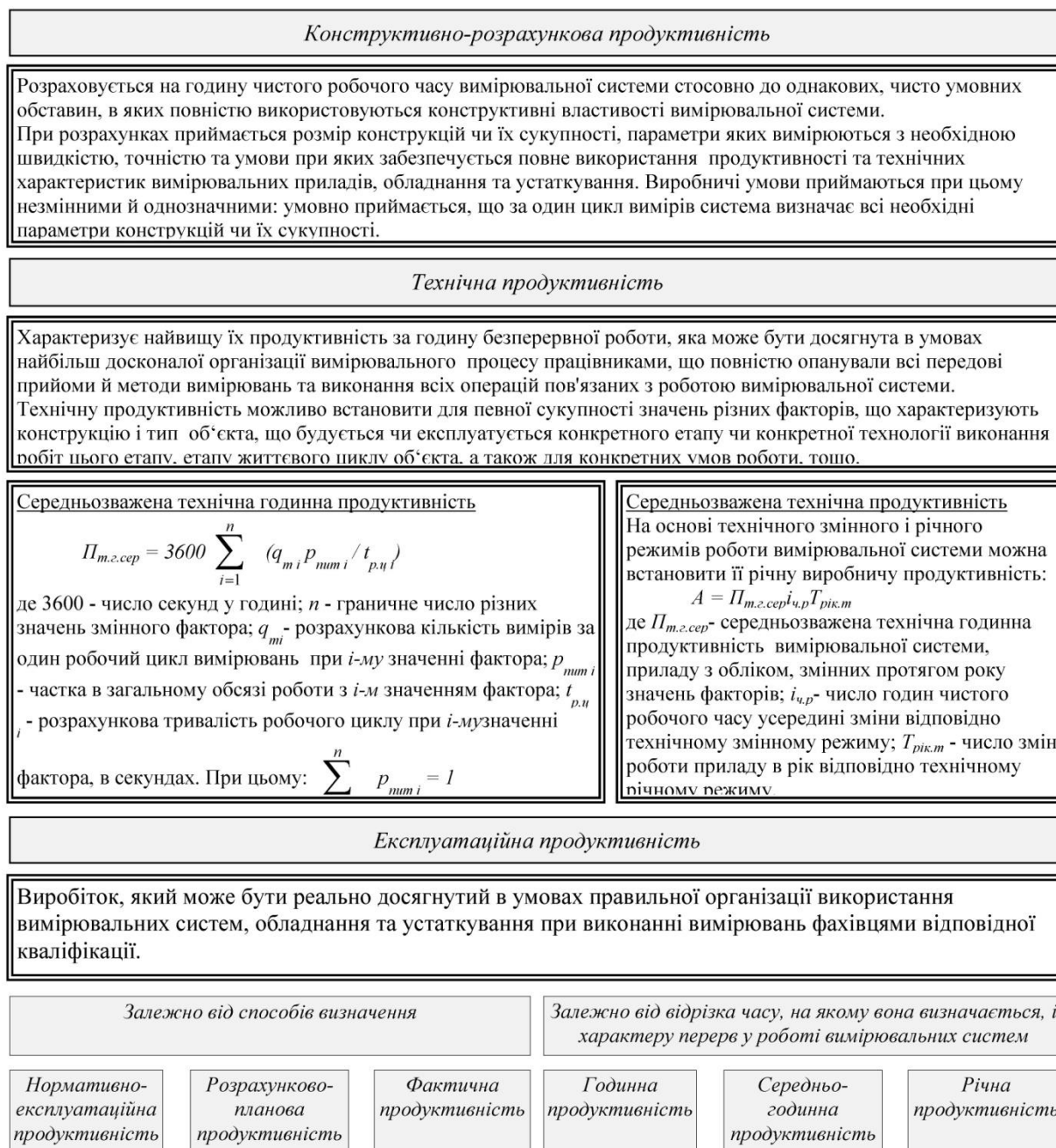


Рис. 1 – Підходи до визначення продуктивності робіт

Знаючи виробничу продуктивність кожного з вимірювальних приладів, призначених для визначення однакових параметрів, що є в наявності у підрядника, можливо шляхом підсумовування визначити загальну виробничу продуктивність сукупності приладів підрядника, тобто можливий для виконання обсяг вимірювань підприємством, лабораторією, організацією або фізичною особою, що виконують вимірювання.

Технічна продуктивність комплексу приладів, обладнання та устаткування, що входять до складу вимірювальних систем, призначених для отримання кінцевого результату характеризується технічною продуктивністю приладу або системи вимірювань в одиницях кінцевої продукції, робота яких визначає темп виконання комплексного процесу з визначення, або винесення в натуру значень встановленого параметру.

Технічну годинну продуктивність і виробничу річну продуктивність встановлюють з урахуванням повного завантаження вимірювальної системи при мінімальних перервах, обумовлених конструктивно-технічними, технологічними й метеорологічними причинами. На основі експлуатаційного змінного та річного режиму роботи вимірювальних систем встановлюється їх експлуатаційна продуктивність.

Залежно від способів визначення експлуатаційної продуктивності вимірювальних систем та їх призначення розглядають продуктивність нормативну, розрахунково-планову та фактичну.

Нормативну експлуатаційну продуктивність вимірювальних систем визначають на основі затверджених у відповідному порядку норм, які встановлюють кількість робіт, що може бути виконана в певних умовах виробництва даною вимірювальною системою в одиницю часу, або кількість часу, необхідного на виконання одиниці кінцевої продукції.

Розрахунково-планову експлуатаційну продуктивність вимірювальних систем визначають із прив'язкою до конкретних умов з урахуванням, як правило, перевиконання нормативного виробітку. Її приймають в основу планових розрахунків проектів виконання вимірювальних робіт і розрахунків економічної ефективності при виборі варіантів вимірювань.

Фактична продуктивність вимірювальних систем визначається на основі документів первинного обліку та залежить від прийнятої технології та організації виконання вимірювальних робіт та суміжних процесів будівництва, або експлуатації в цілому.

Експлуатаційна продуктивність залежно від відрізка часу, на якому вона визначається, і характеру перерв у роботі вимірювальних систем, поділяють на годинну, середньо-годинну (середньо-змінну) і річну експлуатаційну продуктивність.

Експлуатаційну годинну продуктивність розраховують на годину корисного робочого часу вимірювальної системи, без урахування перерв за метеорологічними і організаційними причинами. Норми експлуатаційної годинної продуктивності (або виробничі норми виробітку), що наводяться в нормативах, є основою визначення вартості підрядних вимірювальних робіт. За відсутності затверджених нормативів трудовитрат на вимірювальні роботи виробничі норми виробітку встановлюють методами технічного нормування.

Експлуатаційна середньо-годинна продуктивність розраховується на годину зміни з врахуванням перерв за організаційними і метеорологічними причинами. Для

переходу від експлуатаційної годинної продуктивності ($P_{e.g}$) до середньо-годинної ($P_{e.c.p.g}$) застосовують перехідний коефіцієнт $K_{пер}$, який визначається відношенням корисного робочого часу протягом зміни ($t_{кор}$) до загальної тривалості зміни ($t_{зм}$):

$$P_{пер} = t_{кор} / t_{зм} - [t_{зм} - (t_{орг} + t_{мет})] / t_{зм} \quad (1)$$

$$P_{e.c.p.g} = P_{e.g} K_{пер} \quad (2)$$

Експлуатаційна річна продуктивність вимірювальної системи розраховується на рік з врахуванням внутрішньо-змінних і цілозмінних перерв, визначених для умов правильно організованого технологічного процесу вишукувань, будівництва або експлуатації. Норми експлуатаційної річної продуктивності встановлюють для основних, найбільш дорогих приладів та вимірювальних систем з метою контролю над ступенем їх використання протягом року, для виявлення потреби в таких приладах та системах. Ці норми призначають, як правило, у вигляді виробітку в натуральних одиницях, обчислених на знеособлену продукцію (виміряні змонтовані конструкції у відповідних одиницях виміру незалежно від їх виду, розміру й маси). Для випадків коли такий виробіток визначити важко, встановлюють норми техніко-економічного використання, що характеризуються кількістю приладо-годин знаходження протягом року приладу або системи в робочому стані (тобто працездатним при наявності персоналу відповідної кваліфікації).

Експлуатаційна продуктивність (годинна, середньо-годинна та річна) може встановлюватися як нормативна так і планово-розрахункова.

Експлуатаційну нормативну годинну продуктивність вимірювальних систем визначають, виходячи з затверджених норм часу на одиницю обсягу робіт. Для вимірювальних систем нового типу, а також для модернізованих моделей експлуатаційну годинну продуктивність ($P_{e.g.n}$) і середньо-годинну ($P_{e.c.n}$) визначають за формулами:

$$P_{e.g.n} = P_{тн} K'_{пер} \quad (3)$$

$$P_{e.c.n} = P_{тн} K'_{пер} K''_{пер} = P_{e.g.n} K''_{пер} \quad (4)$$

де: $P_{тн}$ – технічна продуктивність нового або модернізованого приладу (системи) за годину безперервної роботи, що встановлена за даними виробничих випробувань дослідних випробувань з вимірювання параметрів;

$K'_{пер}$ – перехідний коефіцієнт від технічної продуктивності до експлуатаційної годинної продуктивності, що відповідає рівню виробничої норми;

$K''_{пер}$ – перехідний коефіцієнт від експлуатаційної годинної продуктивності до виробітку за 1 години-зміну з урахуванням внутрішньо-змінних перерв, що не знайшли відображення у виробничих нормах, тобто перерви за організаційними і

метеорологічними причинами.

Коефіцієнт $K'_{пер}$ встановлюється на основі експериментальної перевірки роботи нового вимірювального приладу (системи).

Якщо новий прилад (система) в результаті більш високої експлуатаційної надійності в порівнянні з еталонним, вимагає менших витрат часу на позмінні підготовчі роботи та технічне обслуговування і якщо у зв'язку з поліпшенням умов праці фахівця йому необхідно менший у порівнянні з нормами час на відпочинок, то значення коефіцієнта $K'_{пер}$, отриманого по еталонному приладу, корегується у бік збільшення.

При можливості складання для нового приладу (системи) середньо-змінного режиму його використання коефіцієнт переходу від експлуатаційної годинної продуктивності нового приладу до експлуатаційної середньо-годинної $K''_{пер}$ визначається за формулою (1).

Експлуатаційну продуктивність вимірювальних робіт з використанням комплексу приладів постійного складу при виконанні однорідних робіт виражають в одиницях кінцевої продукції й приймають таким, що дорівнює продуктивності провідного вимірювального приладу, за допомогою якого визначається більша кількість параметрів будівель, споруд та території забудови.

При змінному складі вимірювальних приладів експлуатаційну продуктивність визначають для кожного основного приладу (системи) в одиницях кінцевої продукції. Річний виробіток ($\Pi_{рік}$) вимірювальних систем змінного складу:

$$\Pi_{рік} = \sum_{i=1}^n (V_i T_{рік\ i} / T_{o\ i}) \quad (5)$$

де: V_i – обсяг робіт на об'єкті в одиницях кінцевої продукції, який виконаний з використанням i -го основного приладу;

$T_{o\ i}$ і $T_{рік\ i}$ – число приладо-годин, відпрацьованих i -м приладом з комплексу відповідно на об'єкті та протягом року.

Обладнання, що використовується разом з основними вимірювальними приладами, але не виконують при цьому основних вимірювальних робіт (наприклад, для інженерно-геодезичних робіт це пункти геодезичної мережі, геодезичні віхи, відбивачі тощо) при розрахунках річного виробітку в одиницях кінцевої продукції не враховуються, хоча їх використання є необхідним для одержання кінцевої продукції.

ЦОВМА Т.С., студентка НТУ «ХП»

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Метою створення будь-якого підприємства є отримання прибутку. Прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного вдосконалення його матеріальної бази і продукції, всіх форм інвестування. Він слугує джерелом сплати податків. З урахуванням значення прибутку вся діяльність підприємства спрямована на його зростання.

Тематика формування та управління прибутком є досить добре описаною в економічній літературі. Проблеми забезпечення ефективного управління прибутком розглядали в своїх працях багато вітчизняних науковців: Білик Т.О., Бланк І.А., Блонська І.І., Гончаров А.М., Гриньова В.М., Кальмук М.В., Коваленко Л.О., Поддєрьогін А.М., Покропивний С.Ф., Субботович Ю.Л., Ткаченко Є.Ю. та інші. Однак в умовах кризового стану економіки країни, є необхідність пошуку більш ефективних підходів управління прибутком підприємства.

Забезпечення ефективного управління прибутком є важливою ланкою в процесі діяльності кожного підприємства, бо саме прибуток є найбажанішим результатом. Управління прибутком - це складний та важливий процес, який вимагає детального дослідження. Пошук механізмів управління вартістю та структурою капіталу, доходами і витратами, основним і оборотним капіталом, оптимальних рішень у сфері капітальних вкладень необхідні фінансовому менеджеру, однією з основних задач якого є максимізація прибутку. Тому результатом ефективного управління фінансами є стабільне зростання прибутку.

Необхідність пошуку нових підходів до управління прибутком зумовлено розвитком ринкових відносин в українській економіці

Тому роботі запропоновано підходи до управління прибутком : комплексний, системний, функціональний, математичний, динамічний, відтворювальний, маркетинговий, адміністративний, поведінковий, ситуаційний. Кожний з цих методів характеризує один із аспектів управління прибутком підприємства. Прибуток підприємства є настільки складним, інтегральним та багатоаспектним економічним об'єктом, що залежить від багатьох факторів, а його система формування і розподілу повинна враховувати всі вище зазначені підходи.

Наведені підходи дозволяють ефективно управляти прибутком на підприємстві. Найкращим на даний момент підходом до управління прибутком підприємства є ситуаційний підхід. Ситуаційний підхід є логічним продовженням теорії систем. Він базується на тому, що використання різних методів управління, диктуються конкретним складом обставин, які в значній мірі впливають на підприємство в даний момент.

В подальшому потрібно досліджувати управління прибутком на підприємстві для формування ефективних підходів до управління прибутком суб'єкта господарювання з метою його максимізації, застосування яких забезпечить шляхи підвищення рентабельності виробництва та інвестиційної привабливості

підприємства, зміцнення конкурентоспроможності.

БАЗИЛЮК В.Б., к.е.н., доцент, Українська академія друкарства, м. Львів

ХРЕПТИК А.В., магістрант, Українська академія друкарства, м. Львів

ВПЛИВ ІНСТИТУТУ ВЛАСНОСТІ НА РОЗВИТОК ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Створення сприятливих умов соціально-економічного розвитку промисловості вимагає формування відповідного інституційного середовища, яке б повною мірою відповідало існуючим ринковим реаліям.

Одним із ключових інститутів, який визначає суспільні взаємовідносини у ринкових умовах господарювання, є інститут приватної власності. «Без досконалої специфікації прав власності реальний демократичний устрій є неможливим. Це пояснюється тим, що зрозумілі, «прозорі» й юридично захищені права власності запобігають потраплянню в «інституційну пастку» надмірного розшарування суспільства за майновою ознакою» [1, с. 18].

Аналіз результатів функціонування діяльності в період незалежності свідчить про те, що багато так званих ринкових інститутів, які вводилися в Україні у 1990-і рр., працювали незадовільно не через нерозвиненість відповідних механізмів примусу, а тому, що вони не відповідали переконанням і звичкам всієї сукупності учасників, тобто інституціоналізація не була успішною.

Розуміючи, що без цього інституту неможливо побудувати ринкову економіку, держава, майже з перших місяців незалежності приступила до роздержавлення та приватизації загальнодержавного майна. Так, якщо на за радянської доби всі підприємства видавничо-поліграфічної діяльності були державними і колективними та виконували крім функції забезпечення друкованою продукцією і потужну пропагандистську функцію, то з розвалом централізованої системи друку утворилася величезна кількість приватних підприємств. Значну частку серед підприємницьких структур видавничо-поліграфічної діяльності займають суб'єкти приватної форми власності. Так, за офіційними статистичними даними, у 2014 р. підприємства поліграфічної діяльності та видавничої справи з приватною формою власності займали у загальній структурі 87,1% і 90,2% відповідно. Частка видавничих організацій функціонуючих на приватних засадах, зросла з 80,9% у 2004 р. до 90,2% у 2014 р. – на 9,3 п. за аналізований період [2; 3].

Офіційні статистичні дані свідчать, що загалом по видавничо-поліграфічній діяльності за 2004-2014 рр. переважали підприємства приватної форми власності, частка яких у загальній структурі мала тенденцію до щорічного зростання з 84,3 % у 2004 р. до 89,1 % у 2014 році. Можна говорити про завершення процесів формування структури видавничо-поліграфічної діяльності вже на початку 2000-х рр., оскільки її

структурні зміни надалі, хоч і були спрямовані в напрямі зростання частки приватних структур, проте, вони не мали суттєвого впливу на структуру інституту власності діяльності (за аналізований період за 10 років частка приватних суб'єктів господарювання зросла лише на 4,8 пункти).

Щодо приватизації, то її вплив на видавничо-поліграфічну діяльність не був визначальним через те, що першочергово приватизовувалися найцінніші підприємства економіки, а суб'єкти діяльності були здебільшого об'єднані у Державну акціонерну компанію «Укрвидавполіграфія» (ДАК), або передані у комунальну власність місцевим органам влади. Про реальні цілі цієї реструктуризації можна стверджувати, зважаючи на аналіз функціонування ДАК та комунальних підприємств. Більшість підприємств об'єднання свідомо були доведені до стану банкрутства для їх подальшої приватизації відповідними номенклатурними суб'єктами.

Однак динамічні зміни у виконавчій владі та політичні перетворення не дали змоги в повному обсязі здійснити приватизацію, але проблема з ефективністю функціонування підприємств ДАК і комунальних підприємств залишилася відкритою, оскільки держава не забезпечувала необхідного розвитку підприємств діяльності і свідомо знищувала деякі з них.

Отже, можна констатувати завершення процесів формування видавничо-поліграфічного ринку. Кожен з його сегментів представлений потужними виробниками видавничо-поліграфічної продукції, які успішно функціонують та розвиваються. Враховуючи те, що більшість лідерів видавничо-поліграфічної діяльності функціонують на приватних засадах, то, можна стверджувати, що вирішальний вплив на забезпечення розвитку видавничо-поліграфічної діяльності мала трансформація інституту власності.

Список літератури:

1. Пустовійт Р. Теоретичний аналіз процесу інституціоналізації в постсоціалістичних економіках / Р. Пустовійт, М. Овчарук // Економіка України — 2008. — № 6. — С. 14–26.
2. Статистичні дані по видавничо-поліграфічній галузі за даними державного підприємства «Інформаційно-аналітичне агентство» (Держаналітінформ). URL: http://www.iaa.kiev.ua/index_ukr.html (дата звернення: 09.01.2017).
3. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва»: 2014. — Київ: Державна служба статистики України. — 2015. — 480 с.

МАЛАХОВА О.С., студент, НТУ «ХПІ»

ЦІВАТА А.О., студент, НТУ «ХПІ»

АНАЛІЗ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТА ТА ОСНОВНІ ЕТАПИ

Від ефективності використання трудових ресурсів у процесі виробництва

багато в чому залежать показники обсягу виробництва продукції, її собівартість, якість тощо. Тому аналіз використання трудових ресурсів є важливим розділом системи економічного аналізу діяльності підприємства.

Основним завданням аналізу трудових ресурсів є:

- з'ясування забезпеченості робочих місць, підрозділів підприємства трудовими ресурсами;
- вивчення показників руху трудових ресурсів;
- оцінка використання трудових ресурсів (робочого часу) у процесі виробництва;
- вивчення ефективності використання коштів на оплату праці;
- виявлення резервів повнішого та ефективнішого використання трудових ресурсів [37].

Об'єктами аналізу є: чисельність персоналу, його кваліфікація й освітній рівень; рух робочої сили; втрати робочого часу; кількість виробленої продукції (виконаних робіт, наданих послуг); втрати на оплату праці.

Етапами аналізу трудових ресурсів є наступні етапи:

- оцінка забезпеченості підприємства трудовими ресурсами та руху робочої сили;
- аналіз використання робочого часу;
- вивчення продуктивності праці й трудомісткості продукції;
- оцінка витрат на оплату праці.

Для аналізу забезпеченості, руху та ефективності використання трудових ресурсів використовуються джерела інформації, що містять відомості про трудові ресурси підприємства та діяльність виробничих підрозділів і служб залежно від поставлених завдань.

Наведені джерела інформації використовуються для проведення ретроспективного аналізу. Оперативний аналіз проводиться за даними бухгалтерського обліку на підставі даних первинних документів. Прогнозний аналіз ефективності використання трудових ресурсів застосовується при оцінці відповідних альтернативних управлінських рішень. Аналіз чисельності працівників підприємства проводиться за допомогою оцінки трьох основних показників:

- списковий склад працівників – показник чисельності працівників на певну дату звітного періоду (як правило, на перше й останнє число місяця);
- середньоспискова чисельність штатних працівників – показник, який застосовується для визначення чисельності працівників суб'єкта господарювання та спостереження за змінами, які відбуваються на підприємстві щодо використання робочої сили;
- середньоспискова чисельність усього персоналу в еквіваленті повної зайнятості – використовується для визначення середнього рівня доходів працівників. При його обчисленні поряд зі штатними працівниками, які включаються у списковий

склад підприємства, враховують працівників-сумісників, які працюють одночасно на інших підприємствах.

Список літератури:

1. *Побережна Н.М.* Сучасні питання визначення та обліку трудових ресурсів / *Н.М. Побережна, Д.В. Карнаух* // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2014. – № 33 (1076). – С. 27-34.

2. *Мошенський С.З.* Економічний аналіз : підр. для студ. економ. спец. вищих навч.закл. / *С.З. Мошенський, О.В. Олійник* : за ред. д. е. н. проф., заслуженого діяча науки і техніки України *Ф.Ф. Бутинця*. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир : ПП «Рута», 2007. – 704с.

KOCZISZKY GYORGY, prof., University of Miskolc, Miskolc, Hungary

VERES SOMOSI MARIANN, prof., Dean University of Miskolc, Miskolc, Hungary

KOBIELIEVA T.O., candidate of economic sciences, associate professor of NTU

"KhPI"

COMPLIANCE RISK IN THE ENTERPRISE

Compliance risk is the risk of applying legal sanctions or regulatory sanctions, significant financial loss or loss of reputation by the bank as a result of non-compliance with laws, regulations, standards, self-regulatory organizations or codes of conduct relating to banking activities. This risk entails the use of civil sanctions on the part of the regulator, tax authorities and other executive authorities, in the form of fines, penalties, damages and termination of contracts / contracts. Compliance risk can lead a financial institution to loss of reputation, limiting growth opportunities and expansion for the business, fulfilling the terms of the contracts / contracts, up to the liquidation of the business.

Compliance risk is an intermediate element of two concepts - the probability of occurrence of losses appears due to non-compliance by the organization and its employees with the requirements of legislation, regulatory legal acts of the authorized body, internal documents regulating the procedure for rendering services and conducting operations in the financial market, as well as legislation of foreign states that exert influence on the company's activities and is minimized with the qualitative construction of the compliance system.

In other words, compliance risks are the risks of lost profits or losses due to conflicts of interest and due to discrepancies between employees' actions to internal and external regulatory documents. At the same time, the conflict of interests is a contradiction between the property and other interests of the financial market entities, as a result of which the action (or inaction) of one party causes losses (or leads to a decrease in profits) to the other party or entails other adverse consequences for the other party.

The discrepancy between employees' actions to internal and external regulatory documents is the common factor that links the notions of "legal risk" and "compliance-risk". According to some practitioners, "the compliance risk group is more extensive due to the inclusion in it of risks related to the implementation of standards of corporate ethics and

internal codes of conduct, which in no case should be included in legal risks, due to discrepancies in the norms of law and morality."

In the course of their activities, industrial enterprises are required to comply with the requirements of applicable laws, regulations, standards and regulatory requirements - for example, antitrust, labor, personal data legislation and others. But in some cases, not related to the deliberate actions of company employees, violations still arise, so compliance compliance (once again, note that the concept identical to it is "regulatory risk") is an indispensable attribute of the functioning any enterprise, including industrial. The emergence of compliance risk may be due to the following reasons:

- violation by employees of the company of Ukrainian legislation and regulations;
- violation by employees of internal documents of the company;
- conflict of interests in the activities of the company and its employees;
- the objective inability of the company to adapt new products / services to new external requirements (for example, due to the capacity of innovations, insufficient time for their implementation, lack of qualified personnel or financial resources);
- imperfection of rules and regulations (for example, legal conflicts, divergence of legal requirements and practices of their application, ambiguous interpretation of supervisory requirements);
- imperfection of internal procedures and procedures for the performance of basic transactions and other transactions;
- non-compliance by employees with established procedures and procedures;
- imperfection of the organizational structure of the company in terms of distribution of powers of units and employees;
- inefficiency of internal control;
- adverse external circumstances that are beyond the control of the enterprise.

The likelihood of implementing compliance risk significantly increases:

- absence of preliminary legal expertise of draft contracts, internal documents, correspondence with counteragents and state bodies, or non-removal of comments by the legal service on these documents;
- absence of written explanations of state bodies on actual and typical questions of application of the legislation of Ukraine.

Some authors all the variety of reasons for the emergence of compliance risks reduced to factors of an objective nature and factors of a subjective nature. So, Y.V.Truntsevsky notes that the objective factors should be attributed [1]:

- the positive uncertainty of legal norms and the diversity of specific life circumstances that they are regulated;
 - objective lagging of the right from the development of social relations;
 - the existence of areas of public relations falling under the legislative default;
- specificity of the language of law;

- presence of logico-structural defects of law (gaps, collisions of norms and collisions of interpretations, imperfection of legal and terminological constructions, etc.).

Subjective factors include the individual characteristics of subjects of interpretation, which are expressed:

- in the level of his legal conscience (legal knowledge, the presence of deformation of the legal conscience, legal attitudes and the readiness of the individual);
- in legal (professional) experience and other personal qualities;
- in actual dependence under formal independence from economic, political, departmental, individual and other interests.

Thus, compliance management at the enterprise is realized by developing internal documents and creating conditions in which all employees and other persons working on behalf of the organization will behave in accordance with high professional and ethical standards in relation to both external and internal market participants. This compliance policy of the enterprise will ensure its minimization of compliance risks.

References:

1. Трунцевский Ю.В. Об организации управления правовыми рисками в деятельности хозяйствующего субъекта / Ю.В.Трунцевский // Безопасность бизнеса. 2011. № 2. С. 2–6.
2. Орлова М.Г. Концепция образовательного комплаенса вуза // Обучение и воспитание: методики и практика. – 2015. – № 22. – С. 229-232.
3. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г. Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.
4. Перерва П.Г. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : зб. наук. праць. Сер. : Проблеми економіки та управління. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 815. – С. 118-125.
5. Перерва П.Г. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, В.Л.Товажнянський // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
6. Перерва П.Г. Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.
7. Науково-методичні підходи до вирішення проблем практичної реалізації механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності / П.Г.Перерва, І.В.Гладенко, А.В.Косенко, М.М.Ткачов // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПІ» : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ «ХПИ», 2008. – № 18. – С. 105-110.
8. Ткачов М.М. Ринок контрафактної продукції в системі неформальної економіки / М.М. Ткачов // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2013. – № 22 (995). – С. 89-95.
9. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.
10. Перерва П.Г. Маркетинг на промышленном предприятии. – М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. – 80 с.
11. Перерва П.Г. Управление ассортиментом продукции / П.Г.Перерва. – М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. – 80 с.
12. Косенко О.П. Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій [Монографія] / О.П. Косенко. - Х.: «Смугаста типографія», 2015.- 517 с.
13. Перерва П.Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга. - М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. – 93 с.
14. Перерва П.Г. Исследование рынка промышленной продукции / П.Г. Перерва. – М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. – 96 с.
15. Перерва П.Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / П.Г. Перерва, Н.М. Побережна // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - №2. - С. 191-198.

16. Косенко А.П. Экономическая оценка инновационного потенциала / А.П.Косенко, Д.Коциски, О.И.Маслак, П.Г.Перерва, Д.Сакай.- Монография / Под ред. проф. Перервы П.Г. и проф. Д.Коциски – Харьков-Мишкольц : НТУ «ХПИ», Мишкольц.техн.ун-т, 2009. – 170 с.

17. Перерва П.Г. Анализ финансового состояния предприятия / П.Г. Перерва, О.Н.Савенкова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПИ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПИ», 2002. – № 11-2. – С. 118-121.

18. Перерва П.Г., Кобелєва Т.О., Ткачова Н.П. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>

МОКН J., PhD Student, NTU «KhPI»

CASE OF EFQM MODEL OF QUALITY MANAGEMENT

According to practice of studying the most successful organizations around the world aimed on identification of factors that were key reasons of their leadership. Generalization of best international experience of innovative approaches to management of organizations gives a great chance for others to be familiar with universal strategies and instruments that let for all interested companies to assure their competitiveness level more quickly and efficiently to achieve better results in commercial activity and management.

Mentioned above studies were conducted both by individual experts, research centers, university scholars, NGOs and professional bodies. Obtained results were implemented in variety of managerial models, concepts, principles, data bases and handbooks. Also by experts were highlighted set of the most frequent principles and approaches that are recognized as key to successful development of different type of organizations: leadership of managers; continuous improvement of all kinds of activity; staff development, its involvement and empowerment; focusing on customers; setting partnership with suppliers and other stakeholders; social responsibility and process based approach to management of organization.

Today the most popular and progressive is the EFQM Excellence Model as most common in the world model of the “ideal organization” because of:

- Model was developed by experts who represent the most successful organizations from different regions and sectors – worldwide leaders (Bosh, BMW, Philips) and small businesses, public sector and public administration organizations;
- Model provides set of common principles, instruments and description of how excellent organization works, evaluation of results that it achieves and how it manages its activities;
- Model is constructed in such way not to describe a general idea of the ideal organization, but to support managers of organization to move systematically towards this ideal in technological and easy to use way.

EFQM Excellence Model describes perception of companies and organizations who are world leaders of an excellent organization and provides possibility to compare real organizations with this ideal. Thus such model helps to companies to focus not only on

achievement of certain standards, rules, requirements, that are not constant that they pursuit the highest level of excellence. Nowadays mentioned model is used by more than 30 000 companies around the world. It can be used to gain the holistic view of any organization regardless of its size, sector of economic activity, ownership form, industry or maturity.

The Model helps to managers of company to form its strategy, to engage people in process of its improvement also to create unique corporate culture where sustainable excellence is norm of everyday activity. Practical implementation of EFQM Excellence Model allows to organizations to: understand main features of excellent organization, assess to understanding and evaluating where organization is on the way to excellence; define steps that should be done to increase level of excellence.

The Model consists of three components: set of fundamental concepts of excellence that describe principles which excellent organization adheres in its activity; structure of criteria and their parts describing activity of excellent organization and results that were achieved by it; RADAR logic that describes a way which was used by excellent organization to manage its activity. Aimed on increasing competitiveness level of organizations within international and regional scope annually from 2005 is conducted International Quality Competence for Central and Eastern European countries according to resolution of the 5th International Conference named “National Quality Programs and National Quality Awards – Tools of the Movement Towards Quality and Excellence” that was conducted 20-23 September, 2005 in Kiev.

СЕКЦІЯ 2 - МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ТА ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ

ВАСИЛЮК К.О., студент, НТУ «ХП»

РЕКЛАМА ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ В СИСТЕМІ ПРОДАЖ. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТУ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку економіки перед виробниками стоїть завдання не просто виготовити якісний продукт, а й за допомогою маркетингових інструментів успішно запропонувати його ринку. Одним із основних елементів комунікаційного міксу є реклама, значення якої при просуванні товарів важко переоцінити.

Реалізація всіх функцій управління рекламою пов'язана з проблемою фінансування та розробкою рекламного бюджету. Формування оптимального рекламного бюджету сприяє більш чіткому визначенню цілей рекламної діяльності, розробці програми по їх досягненню. Розроблений бюджет дозволяє більш ефективно розподіляти ресурси та контролювати видатки на рекламу [2].

Пошуком, аналізом методів формування рекламного бюджету займалися такі науковці як Батра Р, Дж. Майерс, Д.Аакер, Ромат Є.В., Лук'янець Т.І., Примак Т.О., Макієнко І., Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І.

Комплекс рішень по розробці рекламного бюджету поділяють на два блоки: визначення загального об'єму засобів, які асигнуються на рекламу та розподіл засобів рекламного бюджету за статтями на його видатки [1]:

На розмір рекламних витрат впливає ряд чинників, зокрема: місткість ринку, стратегія підприємства, професійний рівень маркетологів підприємства, специфіка рекламованого товару та етап його життєвого циклу, ринкова сила підприємства, витрати на рекламу головних конкурентів, наявність сучасних комп'ютерних програм для оброблення інформації тощо.

Формуючи рекламний бюджет, рекламодавцю бажано скористатися декількома методами, тому проаналізуємо найбільш відомі методи формування рекламних витрат [1].

Неаналітичні методи визначення рекламного бюджету:

1. Залишковий метод.

Суть даного методу полягає у тому, що фірма спочатку виділяє кошти на всі інші елементи комплексу маркетингу, а залишок надходить у бюджет видатків на комунікації. Цей метод використовують невеликі за розміром фірми. Даний метод має суттєві недоліки: повністю ігнорується зв'язок між видатками на просування і

результатами діяльності фірми.

2. Метод приросту.

Використовуючи метод приросту фірма визначає бюджет на основі попередніх асигнувань, збільшуючи чи зменшуючи бюджет року, що передує плановому на певний відсоток. Цей метод також переважно використовують невеликі фірми. В цьому випадку є можливість урахування ефекту від попередніх асигнувань, змін в етапах життєвого циклу товару. Але недоліки у даного методу залишаються – розмір бюджету не пов'язується з цілями фірми, значну роль відіграє інтуїція.

3. Метод паритету з конкурентами.

Цей метод передбачає урахування практики конкурентів. При використанні методу паритету з конкурентами фірма використовує як базис відповідні витрати конкурентів. Прихильники цього методу при обрахуванні рекламного бюджету за основу беруть середній рівень видатків конкурентів. Проте, цей метод не завжди вдалий, так як фірми відрізняються між собою цілями, можливостями, іміджем.

4. Метод проценту від обсягу продажу.

Метод процентів від обсягу продажу найпоширеніший серед неаналітичних методів, оскільки простий для розуміння і доступний у використанні. На відміну від попередніх методів, існує взаємозв'язок між обсягом видатків на просування і обсягом реалізації продукції. Але в даному випадку причина і наслідок міняються місцями: обсяг збуту продукції визначає розмір асигнувань на рекламу, а не навпаки.

Вище розглянуті методи не пов'язують бюджет з цілями маркетингу. Цілі реклами враховуються при визначенні рекламного бюджету аналітичними методами, які ґрунтуються на пошуку залежності між величиною бюджету на просування і ступенем поставлених цілей.

Аналітичні методи визначення рекламного бюджету:

1. Метод визначення бюджету «виходячи з цілей і завдань».

Використання даного методу базується на чіткому визначенні цілей та встановленні завдань. Формування рекламного бюджету, з використанням даного методу, передбачає проведення відповідних рекламних досліджень, які дають змогу встановити залежність між видатками на просування, ступенем охоплення аудиторії і спонуканням споживача до акту покупки товару. Цей метод ефективний, але складний.

2. Метод визначення бюджету на основі витрат.

Згідно з цим методом спочатку складають розгорнутий річний план діяльності фірми у сфері комунікацій з кожної складової, зокрема з реклами. Наступним етапом є визначення видатків на закупівлю рекламного простору в ЗМІ, матеріальних видатків на виробництво рекламоносіїв, гонорарів агентствам. Даний підхід передбачає використання диференціації по окремих товарах і збутових територіях. Зведені показники визначають величину рекламного бюджету, яка коригується з урахуванням фінансових можливостей фірми.

Проблема визначення оптимального рекламного бюджету не має абсолютного рішення, оскільки жоден метод не гарантує єдино можливу розрахункову величину витрат на рекламування, тому в кожному конкретному випадку необхідно проводити ретельний аналіз ситуації та існуючих методів визначення рекламних витрат [2].

Список літератури:

1. Кузьмін О.Є., Горбаль Н.І. Методи визначення рекламних витрат підприємства // Маркетинг в Україні. – 2001. - №3. С. 8–12.
2. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент: Навч.-метод. посіб. – К.: КНЕУ, 2002. – 200 с.

ГЕРАЩЕНКО І.О., к.е.н., доц., НТУ «ХП»

ЩЕРБАК Н. В., студентка, НТУ «ХП»

САВЧУК Г. О., студентка, НТУ «ХП»

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасний стан економіки України характеризується підвищенням інтересу до інноваційного шляху розвитку. Все більша кількість підприємств вибирають інноваційний тип розвитку, відмінний від традиційного. Це обумовлено, по-перше, підвищенням рівня конкуренції з боку виробників, а по-друге, більш уважним ставленням споживачів до товарів і послуг.

Маркетинг інновацій – це маркетингова діяльність зі створення та просування товарів, послуг, проектів і т.д., які мають суттєво новими властивостями (стійкими конкурентними перевагами). Метою маркетингу інновацій є маркетинговий супровід цієї інновації на ринку[3].

Щоб досягти успіху у впровадженні свого товару, необхідно використовувати маркетингові стратегічні методи, пов'язані з розробкою нових технологій.

Розвиток ринкових відносин вимагає проведення комплексного дослідження ринку для виявлення потреб споживачів в інноваційній продукції. На підставі результатів проведених маркетингових досліджень ринку підприємство проводить планування виробництва інновацій, сегментування ринку, здійснення комунікацій, встановлення цін, організацію розподілу та просування інновацій, планування збуту, сервісне обслуговування, що орієнтує виробництво на запити ринку і досягнення поставлених завдань, таких як отримання прибутку, зростання обсягу збуту, збільшення частки ринку.

Реалізація інноваційних продуктів на ринку інновацій залежить від їх конкурентоспроможності і кон'юнктури ринку.

Основними конкурентами на ринку інновацій є інноваційні підприємства, які здійснюють «угоди з науковими організаціями, тимчасовими науковими колективами і вузами на ринку виробників науково-технічної продукції, особливістю якого є те, що на ньому відкидається навіть таке нововведення, яке володіє великою науково-

практичною цінністю, якщо воно не відповідає запитам кінцевих споживачів фірм (підприємств), які виробляють товари (послуги)» [4].

Результатом затримки виходу товару-новинки на кілька місяців є випереджаючі дії конкурентів і як наслідок «зняття вершків» конкурентами, що тягне за собою втрати прибутку підприємству, що затрималося, на рівні 30–40% [5].

Комерційний успіх при просуванні на ринок нової продукції залежить від відпрацьованої маркетингової стратегії і способів її реалізації. Ефективне управління маркетингом дає можливість підприємству отримати перевагу над конкурентами.

На думку А. Демченко «Маркетингові інновації не настільки ризиковані, але часто копіюються конкурентами. Для маркетингових інновацій сьогодні створені сприятливі умови тими змінами ринку, які ведуть до появи нових потреб або нових способів задоволення вже існуючих потреб» [1].

В даний час на принципах маркетингу будують свої системи управління більшість компаній Західної Європи, США, Японії.

На маркетинг в західних країнах витрачаються сотні мільярдів доларів, створені численні інститути і факультети для підготовки і підвищення кваліфікації фахівців у цій галузі [2].

При неефективній стратегії і недостатньо продуманих способах реалізації нового продукту в момент випуску на ринок інновація може потерпіти невдачу на етапі комерціалізації, наприклад, через неправильну сегментацію і позиціонування нововведення, несвоєчасного виведення нового продукту на ринок. Необхідно на всіх етапах життєвого циклу нової продукції знаходити способи зниження ризику комерціалізації, коригувати її процес відповідно до змін зовнішнього і внутрішнього середовища.

Аналіз літератури в області застосування маркетингу на інноваційних підприємствах показав, що маркетинг стає одним з найважливіших видів діяльності підприємства, орієнтованого на ринок, так як розвиток ринкових відносин викликає необхідність використання концепції маркетингу для вирішення багатьох практичних завдань з метою забезпечення ефективної підприємницької діяльності.

Зі сказаного вище випливає, що для створення конкурентної переваги українських підприємств на ринках з високою конкуренцією необхідно переосмислювати масштаби і роль маркетингу в інноваційній діяльності підприємства.

Список літератури:

1. Демченко А. Маркетингові інновації в умовах кризи / А.Демченко // Маркетинг. – 2009. – №01. – С. 44
2. ЕвансДж.Р., Берман Б. Маркетинг: Зменш. пер. з англ. / Авт. предисл. і науч. ред. А.А. Горячев. М., 1993. С. 6–7.
3. Маркетинг: великий тлумачний словник / під ред. А.П. Панкрухіна; Гільдія маркетологів. – М.: Омега Л, 2008 (Кіров). – 261 с. – ISBN 978-5-370-00056-0
4. Ресурси інновацій: організаційний, фінансовий, адміністративний: Учеб. Посібник для вузів / Під ред. проф. І.П. Ніколаєвої. М., 2003. С. 45–69. (Серія "Професійний підручник: Менеджмент")
5. Роганян О.А. Формування інноваційних маркетингових методів створення конкурентної

ДЯЧЕНКО Т.А., к.е.н., доцент, НТУ «ХПІ»

АЛЕКО О.О., студентка, НТУ «ХПІ»

КОНКУРЕНЦІЯ НА РИНКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ЛІКАРСЬКИМИ ЗАСОБАМИ

Конкуренція є невід'ємним елементом ринкової економіки та потужним двигуном економічного прогресу. Нині в умовах глобалізаційних тенденцій світової економіки, збільшення відкритості товарних ринків відбувається загострення конкурентної боротьби на всіх рівнях: між державами, їхніми об'єднаннями, регіонами, галузями, підприємствами тощо.

Посилення конкурентного тиску на ринкових суб'єктів зумовлює необхідність їх інноваційної спрямованості та всебічного аналізу конкурентного середовища [1], що дає можливість зрозуміти, наскільки сприятливим є конкретний ринок товарів чи послуг для підприємств [2].

Фармацевтичний ринок входить у п'ятірку найбільш прибуткових галузей світового господарського комплексу. Протягом декількох останніх років він демонструє стаке зростання. Серед ключових економічних характеристик цього ринку можна виділити великий рівень конкуренції.

Розглянемо ринок роздрібної торгівлі лікарськими засобами в Харківській області. Аналіз структури ринку свідчить, що в області діє 37 аптечних мереж, які мають у своїй структурі від 6 та більше аптечних закладів [6]. Даний ринок характеризується ознаками домінуючого становища таких аптечних мереж: «Аптечна мережа 9-1-1», Мега аптека «Здоров'я», «Аптека оптових цін». Розглянемо їх більш докладно.

«Аптечна мережа 9-1-1» – це динамічно розвинута компанія, заснована в 1996 році, яка налічує 176 торгових точок у м. Харкові та Харківській області, це становить 57,5% від їх загальної кількості. За рейтингом займає перше місце в області за загальним обсягом роздрібного товарообігу лікарських засобів. Основні конкурентні переваги «Аптечної мережі 9-1-1»: широкий асортимент лікарських засобів, низькі ціни, акції та дисконтна система, близькість до споживача, цілодобовий режим роботи в більшості аптек, професіоналізм і компетентність фармацевтів, якісний сервіс, додаткові послуги, організація доставки «Аптечний кур'єр» та довідкової служби – консультації в телефонному та он-лайн режимі [3].

Мега аптека «Здоров'я» заснована у 2003 році, має 55 торгових точок у Харківській області, що становить 48,7% від їх загального числа. За рейтингом вона займає друге місце в Харківській області за загальним обсягом роздрібного товарообігу лікарських засобів. В основі концепції розвитку лежать такі принципи:

«гарантія – наявність – якість» – постійний пошук унікальних технологій, які забезпечують широкий асортимент ліків та їх безперебійну наявність в аптеках; «ближче до людей» – близьке до споживача розташування аптек; «зручний формат» – поєднання відкритої форми торгівлі з інтернет каталогом товарів, надання консультацій; «соціальна спрямованість» – індивідуальний підхід до різних соціальних груп через різні дисконтні, страхові програми тощо [4].

«Аптека оптових цін» заснована у 2012 році, має 37 торгових точок у Харківській області, становить 30,8 % від їх загального числа. Основні конкурентні переваги «Аптеки оптових цін»: широкий асортимент, невисокі ціни, а також оптові ціни на медикаменти при покупці від трьох одиниць одного товару, можливість індивідуального замовлення медикаментів, наявність рідкісних і специфічних препаратів, які вимагають особливих умов зберігання, кваліфіковані провізори та фармацевти, надання консультацій, наявність call-центру [5].

За результатами аналізу діяльності та головних конкурентних переваг наведених аптечних мереж можна виділити основні напрями зміцнення конкурентних позицій ринкових суб'єктів на ринку роздрібної торгівлі лікарськими засобами: широкий асортимент лікарських засобів, низькі ціни, акції та дисконтна система, можливість індивідуального замовлення медикаментів, близькість до споживача, відкритий продаж ліків та в он-лайн режимі, надання консультацій, якісний сервіс, індивідуальний підхід, додаткові послуги, організація доставки.

Список літератури:

1. Дяченко Т.А. Методичний підхід до розробки конкурентних стратегій промислових підприємств з надання ремонтних послуг [Електронний ресурс] / Т.А. Дяченко // Ефективна економіка. – 2015. – № 9. – Режим доступу до журн. : www.economy.nayka.com.ua.
2. Дяченко Т.А. Оцінка ринкового конкурентного середовища підприємств, що надають послуги ремонту електродвигунів, генераторів і трансформаторів / Т.А. Дяченко // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – Харків : НТУ «ХПІ», 2012. – Т. 2, № 14(920). – С. 80-87.
3. Офіційний сайт сети аптек 911. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://apтека911.com.ua/profil-kompanii>
4. Офіційний сайт сети аптек Мега аптека «Здоров'я». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mega-apтека.com>
5. Офіційний сайт сети аптек «Аптека оптових цін». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://aptekaoptovihcen.ua/map/harkovskaya-oblast>
6. Антимонопольний комітет України. Звіт за результатами дослідження фармацевтичних ринків (за період 2014 — перше півріччя 2016 р.) від 04.12 2017 року Київ 2016 п. 5.3.2.20 (546) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apтека.ua/article/392373#normat11>

ДУДКІНА О.О., магістрант, м.Харків, ХДЗВА

МЕРЧАНСЬКИЙ В.В., канд. екон. наук, м.Харків, ХДЗВА

ПИТАННЯ МАРКЕТИНГУ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

На сьогоднішній день вивчення питання про збутову діяльність є актуальним

для всіх підприємств і відіграє важливу роль в системі виробничих відносин суспільства. Важливим завданням підприємства при переході на нові умови господарювання для забезпечення ефективності збутової діяльності є формування конкурентоспроможної організаційної структури як елементу системи управління збутовою діяльністю. Метою збуту є доведення до споживачів конкретного товару з необхідними споживчими властивостями, в необхідній кількості, в певному місці, з допустимими (мінімальними) затратами.

Існує декілька видів визначень стосовно категорії збуту в системі маркетингу:

- перший вид визначень характеризує збут як контакти зі споживачами, формування і розвиток відносин з ними;
- другий вид визначень характерний для управлінського підходу, згідно з яким збутова діяльність ототожнюється з елементами маркетингу (планування, контроль, цінова політика);
- для третього виду визначень характерний наголос на обміні товару на гроші;
- четвертий тип враховує всі вище перелічені ознаки [3].

При розробці ефективної збутової діяльності виділяють наступні функції збуту:

- вивчення результатів сегментації ринку і планування реклами;
- підписання договорів зі споживачами або посередниками;
- облік і контроль виконання договорів;
- розробка плану відвантаження продуктів клієнтам;
- визначення каналів збуту;
- інформаційне, ресурсне і технічне забезпечення збуту продуктів;
- стимулювання збуту;
- установа зворотного зв'язку з споживачами і регулювання [1].

Враховуючи основні функції просування товару кожне підприємство розробляє власну стратегію збуту. При цьому провідним елементом збутової стратегії є організація інформаційного забезпечення, яка на основі маркетингу здійснюється за допомогою створення відповідних інформаційних потоків вторинних і первинних даних, отриманих як з внутрішніх, так і з зовнішніх джерел інформації. Другим важливим елементом збутової стратегії є організація продажу. Наступний елемент збутової стратегії це організація торгової комунікації. Торгова комунікація – це передавання торгової інформації від однієї ланки іншій, від однієї людини іншій або кільком [2]. Підприємству бажано мати якомога більшу мережу роздрібних продажів або мережу організацій-посередників, яка повинна мати високий рівень сервісу, так як клієнт вимагає якісного обслуговування і широкого списку додаткових послуг.

В умовах жорсткої конкуренції між товаровиробниками за ринки збуту стає необхідне розширення напрямів реалізації та впровадження нових систем доведення товару до споживача.

Отже, збутова політика спрямована на підвищення ефективності роботи

підприємства. Оскільки головною метою будь-якого підприємства є отримання максимального прибутку, то збутовій діяльності має надаватися якомога більше уваги.

Список літератури:

1. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств: підручник / Л.В. Балабанова, Ю.П. Мітрохіна - М. : Дон. ДУЕТ, 2009. - 245с .
2. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств [Текст]: монографія / Л.В. Балабанова, О.А. Бриндіна - Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. - 230 с.
3. Белова Т.Г. Маркетинг: Конспект лекцій для студ. економічних спеціальностей усіх форм навчання/ Т.Г. Белова – К.: НУХТ, 2010. – 151 с.

ЗДОРИК А.Р., магістрант НТУ «ХПІ».

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА РИНОК B2B

На сьогоднішній день рівень розвитку хімічної промисловості випереджають тільки такі галузі, як виробництво медикаментів, машин та електроніки. Якщо розглядати підсумки роботи цієї галузі, то продукція хімічної промисловості включає близько 70 тисяч найменувань - все це використовується як в промисловості, так і для виробництва споживчих товарів, в сільському господарстві, добувній промисловості, науці та ін.

Що стосується споживачів продукції хімічної промисловості на ринку B2B, то ними традиційно є США і Західна Європа, зокрема Німеччина, в якій хімічна галузь є однією з провідних в економіці. В цілому, продукція хімгалузі в Європі становить близько 65% зовнішньоторговельного обороту.

Проаналізувавши особливості промислових ринків, виділено чотири способу просування хімічної продукції: просування через інтернет, стимулювання збуту (участь у виставках, конференціях та ін.), пряма реклама (маркетинг), PR.

Перший спосіб дає можливість сучасній міжнародної мережі встановити канал комунікації з цільовою аудиторією з мінімальними витратами. Щоб сайт дійсно став джерелом покупців, необхідно забезпечити інтернет-просування як продукції, так і компанії, збільшуючи значення таких нематеріальних активів як бренд.

Другий спосіб охоплює вузькопрофесійні інформаційні ресурси, до яких можна віднести галузеві журнали та інші ЗМІ, поштові розсилки, електронний маркетинг та прямі продажі за допомогою телефонного маркетингу. Що стосується зовнішньої реклами, то вона ефективна на виставках і семінарах, оскільки тільки там витрати на білборди та стенди виправдають витрачені на них кошти - на вулицях і трасах реклама продукції для B2B неефективна через мізерно малого відсотка потенційних клієнтів.

Третій спосіб дозволяє здійснити стимулювання продажу на виставках та

конференціях. В рамках цих заходів, на яких завжди присутні представники найбільших компаній-споживачів продукції хімічної промисловості, варто проводити демонстрації, презентації, семплінг, роздавати бонуси і використовувати інші методи стимулювання пробних покупок.

Четвертий спосіб істотно дешевше для хімічної продукції, ніж витрати на пряму рекламу або інтернет-маркетинг. Ефективність цього каналу залежить від грамотності фахівця, який займається просуванням, оскільки PR вимагає не стільки грошових вкладень, скільки зв'язків в середовищі журналістів і професійної інтуїції.

Ці способи надали велику ефективність і швидкість транзакцій між компаніями і їх бізнес-клієнтами. Визначено, що прийняття нових підходів до B2B матиме вирішальне значення для підтримки фундаментальних змін в бізнесі в хімічну промисловість. Зміцнюючи їх підхід до B2B, хімічні компанії мають можливість скористатися кількома важливими можливостями, тобто мати більш глибокі відносини з клієнтами, розширювати охоплення компанії і вдосконалювати лідерські кваліфікації.

Для хімічних підприємств використання B2B може не тільки допомогти їм йти в ногу з потенційними новими конкурентами, але і допомогти побудувати більш сильні, більш багаті відносини з клієнтами.

Результати досліджень дають змогу стверджувати, що нові технологічні рішення і аналітика даних пропонують дивовижні моделі для продажу хімічних продуктів і супутніх послуг. Завдяки цим новим стратегіям, хімічні компанії мають змогу зберегти рентабельність при додаванні нових потоків доходів. Дані результати можна використовувати, як можливість просування продукції хімічної промисловості на ринок B2B.

ЛІТВИНЕНКО О.О., студент НТУ «ХПІ»

ЛІТВИНЕНКО М.В., к.т.н., доцент НТУ «ХПІ»

ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ АДАПТАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ДО УМОВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Управлінський процес створення та підтримування відповідності між цілями підприємства, його потенційними можливостями та шансами у сфері маркетингу є головною складовою стратегічного аналізу. При цьому за мету ставиться визначення найбільш перспективних напрямів діяльності організації через ефективне використання її наявних ресурсів і отримання вигоди від нових можливостей.

В умовах жорсткої конкурентної боротьби за покупця стратегічний аналіз стає дієвим інструментом. Розглянемо його практичну дію на прикладі ТД «Золота миля»,

що надає комплекс товарів і послуг, які спрямовані на забезпечення та розвиток підприємств харчової промисловості та є найбільшим виробником наповнювачів, сухих сумішей і поліпшувачів для хлібобулочних і кондитерських виробів в Україні, експортний напрям займає значне місце в торгівельній діяльності компанії. Враховуючи мету підприємства: «Бути національним лідером на ринку сировини та інгредієнтів харчової промисловості України з потужною присутністю на ринку Європи», та результати SWOT-аналізу (табл. 1) запропоновано комплекс стратегій [1]:

1 Стратегія утримання існуючих клієнтів:

- розподіл клієнтів за типами виробництва і асортименту з метою розробки індивідуальних стратегій співпраці;
- програми лояльності для клієнтів;
- системний контроль якості товару.

2 Стратегія залучення нових клієнтів – розширення клієнтської бази:

Таблиця 1 – SWOT-аналіз ТД «Золота миля»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - унікальний асортимент; - наявність власного виробництва; - технологічна підтримка клієнтів; - 670 постійних клієнтів; - наявність логістичних центрів; - система соціальної відповідальності 	<ul style="list-style-type: none"> - невелика клієнтська база; - невелика частка продукції власного виробництва в портфелі підприємства; - не ефективне інтернет просування продукції; - невелика кількість дистрибуторів; - складність у відборі і підготовці кваліфікованого персоналу
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - збільшення обсягів власного вироб-ва; - збільшення числа клієнтів; - перспективи розвитку в різних галузях харчової промисловості (диверсифікація виробництва - пивна і шоколадно-кондитерська галузі); - вихід на світовий ринок (з метою залучення валютних коштів для розширення виробництва); - поліпшення іміджу компанії на ринку праці 	<ul style="list-style-type: none"> - зміцнення позицій і розширення ринків збуту, із залученням іноземних інвестицій, світових гігантів галузі або поглинання ними компанії; - збій в поставках продукції імпортного вироб-ва; - девальвація гривні

- реалізації ефективних Інтернет продажів (оптимізація сайту і його професійне просування) – пасивні продажі;
- реалізація активних продажів (пошук клієнтів менеджерами з продажу, шляхом аналізу готової продукції, представленої на ринку України в кондитерському і хлібобулочному напрямку);
- надання безкоштовних пробних (дегустаційних) зразків сировини;
- організація і проведення виставок, презентацій, семінарів, вебінарів і інших бізнес-заходів;
- створення сувенірної продукції і роздача її своїм клієнтам безкоштовно

(тижневики, ручки, блокноти і т.ін.).

3 Стратегія якісних продажів, тобто глибина «опрацювання».

Реалізація запропонованих стратегій має ефективно поєднати виробництво, задоволення потреб споживачів, прибуток і розвиток фірми.

Список літератури:

1. Літвиненко М.В. Створення сильних конкурентних позицій підприємства завдяки стратегічній силі маркетингу / М.В. Літвиненко, Т.А. Зубкова // Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: Матеріали IV міжнародної науково-практичної Інтернет конференції / редкол. В.В. Малої та ін. – Х.:НФаУ, 2016 .-С. 479-486.

ДАНЬКО Т.В., к.е.н., проф., НТУ «ХПІ»,

КІТЧЕНКО А., магістрант, НТУ «ХПІ»

ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

Сучасна інформаційна та виробнича діяльність, що пов'язана з присутністю компаній на міжнародній арені вимагає нових маркетингових рішень. Для оптимізації та більш ефективної міжнародної діяльності використовується інструментарій міжнародного маркетингу.

Міжнародний маркетинг входить до складу функцій, які здійснює підприємство в рамках зовнішньоекономічної діяльності. Разом з тим, це самостійна галузь діяльності підприємства при виході на зовнішні ринки. Міжнародний маркетинг можна визначити як систему планування, реалізації, контролю й аналізу заходів, спрямованих на багатонаціональне ринкове середовище і пристосування до його умов підприємства, яке здійснює свою діяльність більш ніж в одній країні [1].

Сучасна міжнародна маркетингова стратегія включає заходи, які запроваджує компанія для створення й активізації попиту на свій товар. Це планування та розробка продукції, забезпечення цінової політики, формування каналів розподілу продукції, інформаційне супроводження продукції, створення товарних знаків та брендів, забезпечення відповідної упаковки, налагодження та підтримування взаємовигідних стосунків із партнерами, клієнтами тощо [2].

До особливих видів присутності на зарубіжних ринках можна віднести інформаційний інтернет-контент [3,4]. Це специфічний продукт, створений за допомогою сучасних технологій і аналітичної обробки даних та спрямований на поширення визначених інформаційних повідомлень. Для просування процесових складових інтернет-контенту необхідне чітке визначення цілей та завдань конкретного інформаційного ресурсу та сегменту на який ресурс орієнтовано.

Існує дві основні групи методів просування контенту. Перший пов'язаний з використанням управління семантичним ядром ресурсу за допомогою SEO–

інструментарію. Наприклад, Google keyword tool, Semrush Bing Keyword research tool, Wordtracker. Друга група пов'язана з сегментуванням користувачів контенту та просуванням ресурсу для цільових груп.

Використання цих методів поодиночі, або у комплексі може забезпечити необхідне охоплення аудиторії та досягнення цілей міжнародного маркетингу компанії.

Список літератури:

1. *Армстронг Г., Котлер Ф.* Маркетинг: Загальний курс. 5-е видання/ Пер.зангл.. – Навч.посібник. – М.: Видавничий дім «Вільямс», 2004. – 608 с.
2. *Балабанова Л.В.* Маркетинг підприємства.- Київ: Знання-Прес, 2012. – 534 с.
3. Как определить эффективность работы СМИ в социальных медиа. Примеры и аналитика. // rocid.ru. 2012. [URL:://rocid.ru/files/events/spbicomf11/presentations/26sep.s6-borisova.pdf](http://rocid.ru/files/events/spbicomf11/presentations/26sep.s6-borisova.pdf)
4. *Амзин А.А.* Новостная интернет-журналистика: учебное пособие для вузов. / *А.А. Амзин.* - М.: Аспект Пресс. - 2011. - 142 с.

СЕКЦІЯ 3 - АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ В ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

АЛЬОШИН С.Ю., к.е.н., ст. викл., НТУ «ХП»

АНАЛІЗ ЗАКОНОДАВЧИХ НОВАЦІЙ ЩОДО БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ

Підписаний Президентом України Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень» від 05.10.2017 р. №2164-VIII [1] набирає чинності з 1 січня 2018 року, за винятком окремих норм щодо оприлюднення фінансової звітності, які набирають чинності з 1 січня 2019 року. Означений законопроект був розроблений Міністерством фінансів у рамках виконання зобов'язань відповідно до Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом щодо наближення законодавства України у сфері бухгалтерського обліку до законодавства Європейського Союзу у відповідній сфері та, серед іншого, містить наступні облікові новації:

- передбачає подання *звіту про платежі на користь держави* (документ, що містить деталізовану інформацію про податки, збори й інші платежі підприємств, належні до сплати на користь держави відповідно до закону, який подається підприємствами, що провадять діяльність із видобутку корисних копалин загальнодержавного значення або заготівлю деревини і при цьому становлять суспільний інтерес) та *звіту про управління* (документ, що містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики й невизначеності його діяльності);

- з'явиться поняття *«підприємства, що становлять суспільний інтерес»*, до яких належатимуть підприємства – емітенти цінних паперів, цінні папери яких допущені до біржових торгів, банки, страховики, недержавні пенсійні фонди, інші фінансові установи (крім інших фінансових установ та недержавних пенсійних фондів, що належать до мікропідприємств і малих підприємств) та підприємства, які відповідно до Закону про бухоблік належать до великих підприємств. Підприємство, що становить суспільний інтерес, зобов'язане утворити бухгалтерську службу на чолі з головним бухгалтером, до складу якої входить не менше двох осіб.

- запроваджується поняття *«таксономія фінансової звітності»* – склад статей і показників фінансової звітності та її елементів, які підлягають розкриттю. Таксономія фінансової звітності затверджується центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері бухгалтерського обліку. Фінансова звітність та консолідована фінансова звітність за міжнародними

стандартами складаються на підставі таксономії фінансової звітності за міжнародними стандартами;

- за міжнародними стандартами фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність складають підприємства, що становлять суспільний інтерес; публічні акціонерні товариства; підприємства, які здійснюють діяльність з видобутку корисних копалин загальнодержавного значення; підприємства, які провадять господарську діяльність за видами, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України.

- необхідність оприлюднення звітності та відповідного аудиторського висновку (а отже проходити аудиторську перевірку). Відповідно до закону, не пізніше ніж до 30 квітня року, що настає за звітним періодом, підприємства, що відповідають вказаним категоріям, зобов'язані оприлюднювати річну фінансову звітність та річну консолідовану фінансову звітність разом з аудиторським висновком на власній веб-сторінці (у повному обсязі) та іншими шляхами у випадках, визначених законодавством.

Отже, розглянутий законопроект має привести у відповідність законодавство України про бухгалтерський облік та фінансову звітність з європейським законодавством, зокрема Директивою ЄС №2013/34/ЄС; імплементувати вимоги останньої та міжнародних стандартів фінансової звітності у вітчизняне законодавство.

Список літератури:

1. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень: Закон України від 05.10.2017 №2164-VIII. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2164-19>.

АФАНАСЬЄВА М. А., аспірант НТУ «ХПІ»

АНАЛІЗ ПУБЛІЧНОЇ ЗВІТНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК НАПРЯМОК КОНТРОЛЮ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У сучасному світі існує тренд, коли поряд з посиленням лібералізації ринків зростають вимоги до розкриття інформації, у тому числі бізнес-середовищем. Тобто переміщення інформації до розряду публічної та легкий доступ до неї може розглядатися як засіб, що дозволяє збалансувати інтереси різних груп суспільства, що, в свою чергу, є передумовою сталого розвитку.

Наступним кроком на цьому шляху є аналіз сформованої публічної інформації, який може якісно здійснюватися представниками наукової та професійної спільноти. Оприлюднення результатів аналізу є засобом контролю, спроможним надати підприємствам необхідну інформацію для самоорганізації, тобто підвищити рівень їх розвитку. Названі кола спеціалістів належать до громадянського суспільства, що є важливим з точки зору диверсифікації контролю. Необхідність контролю саме з боку

громадянського суспільства обумовлена як багатогранністю потреб людини, у тому числі бізнесмена, так і ангажованістю, а в умовах України ще й слабкістю структур корпоративного контролю і зовнішнього аудиту [1]. До речі незалежний аналіз фінансової звітності також сприятиме покращенню роботи цих служб та посилить соціальну відповідальність кожного.

Завданням сьогодення є розробка алгоритмів аналізу публічної інформації та здійснення відповідних прикладів аналізу. Актуальність цього ілюструє існування програми розвитку суспільства 5.0, анонсованої у Японії, яка базується на подібних практиках [2]. Прозорість інформації корисна тим компаніям, які ведуть «чесну гру». Вочевидь у процесі аналізу будуть удосконалюватися вимоги до самої публічної інформації для отримання позитивних зрушень у суспільстві. Ще одним напрямком економічного аналізу є розкриття змісту для широкого кола громадян з метою включення їх до розбудови Держави, у тому числі у якості спеціалістів у різних галузях промисловості. За визначенням одного з дослідників, доступність інформації – це, насамперед, її зрозумілість для всіх учасників ринку [3].

Надалі наведемо фрагмент аналізу діяльності двох підприємств (див. табл. 1 та рис. 1). Індикаторами якості менеджменту можуть бути обсяг та подробиці розкритої інформації, поступова зміна показників.

Таблиця 1. Фінансові показники виробників кабельної продукції

Роки	Південкабель ПрАТ	Одесакабель ПАТ	Південкабель ПрАТ	Одесакабель ПАТ
<i>Показник</i>	<i>Чисел, чол</i>		<i>Податки спл 5 років, тис грн</i>	
2016	913	834	169 421	136 900
<i>Показник</i>	<i>Активи, тис грн</i>		<i>Інші опер витр 5 років, тис грн</i>	
2016	1 160 717	897 996	419 602	323 393
<i>Показник</i>	<i>Випуск, тис грн</i>		<i>Додана вартість/випуск, %</i>	
2016	1 095 932	1 260 761	-4	17
2015	941 687	998 117	15	20
2014	786 040	624 915	10	17
2013	802 440	591 306	16	17
2012	955 084	629 571	16	16
5 років	4 581 183	4 104 670	X	X

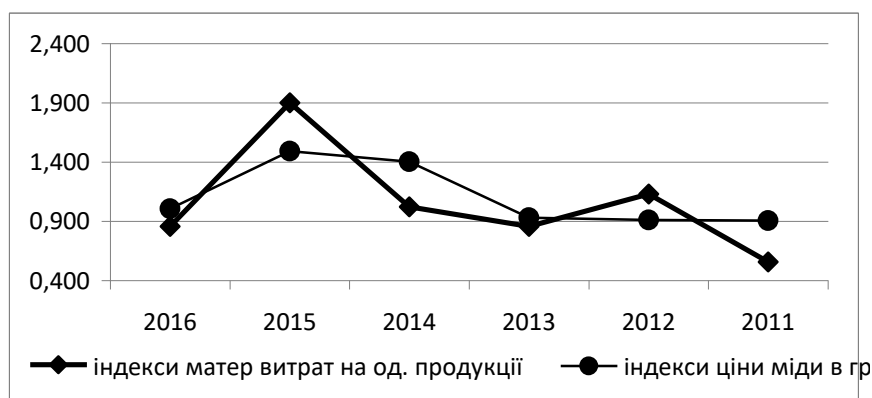


Рис. 1 - Індекси матеріальних витрат на одиницю продукції та зростання ціни на мідь у грн для Одесакабель ПАТ

Вкрай важливою є інформація про витрати. Для розрахунку створеної доданої вартості слід розкривати усі інші операційні витрати, окремо з послуг сторонніх організацій та з внутрішніх витрат (на податки, штрафи і т.п.). Щоб оцінювати, чи не завищено витрати, потрібно мати калькуляції основних видів продукції, причому не тільки у грошовій формі, а й в натуральних одиницях. Наприклад, індекси фактичних матеріальних витрат на одиницю продукції та зростання ціни на мідь у грн сильно корелюють ($k=0,747$), хоча у випуску Одеси рік за роком суттєво збільшується обсяг оптоволоконного кабелю без міді. Для більш конкретних висновків не вистачає калькуляцій. В свою чергу, щоб аналізувати доходи, потрібно мати інформацію по окремим ринкам збуту (за сегментами). На жаль підприємства порушують МСФЗ у цих частинах. В цілому менеджмент Одесакабелю можна вважати більш соціально-відповідальним.

Таким чином, усвідомлюючи значні труднощі, з якими стикається сучасний український бізнес, все ж доводиться зробити висновок про ще недостатні зусилля для гарного результату.

Інші аналогічні приклади можна подивитися у наступній роботі [4].

На завершення слід зауважити, що у разі нездійснення економічного аналізу публічної звітності тривала та трудомістка робота з впровадження міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності і аудиту може не надати бажаних результатів, чого не можна допустити.

Список літератури:

1. *Льченко О.О.* Європейське бачення та умови аудиту в Україні // Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: НАСОНА, 2017. – С. 469-471.
2. Toward realization of the new economy and society – Reform of the economy and society by the deepening of “Society 5.0” – Outline. – Keidanren, Japan Business Federation, 2016. Електронний ресурс. – Режим доступу http://www.keidanren.or.jp/en/policy/2016/029_outline.pdf
3. *Єсіна В.О.* Основні принципи ведення підприємницької діяльності: прозорість і доступність // Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: НАСОНА, 2017. – С. 92-95.
4. *Афанасьєва М.А.* Трансформація економічного контролю в умовах стремління к устойчивому развитию на примере машиностроительных предприятий / *М.А. Афанасьєва* // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: зб. наук. пр. – Харків : ХНАДУ, 2017. – № 3 (18), т. 1. – С. 10-22. Електронний ресурс. - Режим доступу : <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/33069>

БЛАЖКО О.О., студентка, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

СТРАТЕГІЧНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ: ПРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

В міру розвитку економіки керівники підприємств, менеджери різних рівнів мають дедалі більше уваги приділяти розв'язанню стратегічних проблем, обумовлених перспективами розвитку підприємства. Сучасні економічні умови, які

характеризуються динамічністю та складністю кон'юнктури ринку, посиленням конкурентної боротьби, швидкими та непередбачуваними змінами законодавства, вимагають стратегічного підходу до процесу управління. Такий підхід дає змогу підприємствам своєчасно та адекватно реагувати на зміни в середовищі їх функціонування та формувати конкурентні переваги, що в довгостроковій перспективі забезпечить зростання вартості господарських одиниць і досягнення ними стратегічних цілей.

Світова практика бізнесу показує, що більшість організацій, які досягли значних результатів у бізнесі, завдячує саме впровадженню системи стратегічного управління. Стратегічне управління – багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формувати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією, включаючи її окремі частини, та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей[2].

Роль стратегічного аналізу в системі управління підприємством визначається його перевагами, які дають змогу: створити інформаційну базу для прийняття стратегічних рішень на основі оцінювання внутрішнього та зовнішнього середовища; зменшити негативний вплив змін зовнішнього та внутрішнього середовища на результати діяльності підприємства; вчасно реагувати на зміни та вносити відповідні корективи до стратегії, яка реалізується на цьому етапі діяльності господарюючого суб'єкта; визначити необхідний рівень потенціалу підприємства та дію чинників зовнішнього середовища, які у поєднанні дають змогу досягти його стратегічних цілей[1].

Цілі стратегічного аналізу мають забезпечуватись за рахунок високого професіоналізму і мистецтва управлінців, тісного зв'язку організації з зовнішнім середовищем, включення всіх працівників до реалізації стратегічних цілей і завдань. Проведення стратегічного аналізу розвиває в менеджерів здатність до стратегічного мислення й, тим самим, створює основу для впровадження в організацію концепції стратегічного управління.

Об'єкти стратегічного аналізу визначаються відповідно до цілей, які ставить перед собою керівництво підприємства. Більшість дослідників до об'єктів стратегічного аналізу відносять: стратегічні господарські підрозділи (підрозділи диверсифікованої компанії), стратегічні зони господарювання (сегменти ринку), сектори бізнесу (напрями діяльності), окремі продукти (товари, послуги), фінанси, інвестиційні проекти. Об'єктом може бути і підприємство загалом[1].

Стратегічний аналіз має здійснюватися на кожному етапі: від формування до реалізації та контролю за реалізацією стратегії. Аналіз у стратегічному управлінні – необхідна передумова кожного наступного управлінського циклу, процедура, яка призначена для вияву причин успіху або неуспіху стратегічної діяльності. Стратегічний аналіз, на відміну традиційного ретроспективного аналізу, спрямований

на вирішення довгострокових глобальних проблем з метою посилення конкурентоспроможності підприємства та його ринкової привабливості[2].

У процесі стратегічного аналізу визначаються позиції бізнесу на даний момент та дії, які необхідно зробити, для того щоб їх зберегти або покращити в умовах мінливого ринкового середовища. Найбільш розповсюдженим засобом оцінки стратегічного положення підприємства є SWOT – аналіз, який складається з двох розділів. Його перший розділ спрямований на вивчення зовнішніх можливостей та загроз, які можуть виникнути у підприємства у сьогоденні і майбутньому. У цьому розділі виявляються стратегічні альтернативи. Другий розділ пов'язаний з дослідженням сильних та слабких сторін підприємства. У цьому розділі оцінюється потенціал підприємства. Таким чином, за допомогою SWOT- аналізу можна виявити сильні сторони та переваги економічної стратегії підприємства, розглянути слабкі місця які потребують коректування виходячи зі стратегічної точки зору, оглянути наявні можливості, що дозволять підприємству отримати успіх як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках при умові доступу до ресурсів. А також SWOT – аналіз дозволяє розглянути загрози, які надають можливість активізувати менеджерів на стратегічні дії для захисту та ефективного управління економічною стратегією підприємства[3].

Отже, ефективне функціонування підприємства визначається тим, наскільки вдало воно взаємодіє із зовнішнім середовищем. Це можливе за умови здійснення підприємством стратегічного управління та застосування стратегічного аналізу, який сьогодні потребує вдосконалення методики його проведення. Розглянуті та запропоновані підходи до стратегічного аналізу дали змогу визначити його місце та роль в управлінні підприємством.

Список літератури:

1. *Загородній А.* Стратегічний аналіз у системі «економічний аналіз – стратегічний менеджмент» / *А. Загородній, Г. Кіндрацька* // Збірник наукових праць. Економічний аналіз. – 2008. – № 3 (19) – С.165–169.
2. *Петрицька О.С.* Економічний аналіз: перспективи розвитку / *О.С. Петрицька* // Проблеми і перспективи економіки та управління. Теоретичні проблеми розвитку національної економіки. – 2015. – № 3 (3) – С.67–71.
3. *Черниш С.С.* Огляд методик аналізу інвестиційної привабливості підприємства / *С.С. Черниш* // Інноваційна економіка. – 2013. – № 5 – С.87–92.

БОНДАРЕНКО О.М., асистент, НТУ «ХПІ»

ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОВОРКІНГ-ЦЕНТРУ

Серед нових форм ведення бізнес-діяльності часто називають поняття «коворкінга». В перекладі з англійської «coworking» означає – спільно працювати. Зазвичай люди виконують свої задачі поряд з іншими (часто незнайомими) людьми, які працюють в різних сферах. Такий спосіб роботи практикується, коли орендувати

окремий офіс недоцільно, а вдома немає належних умов для високої продуктивності чи у людини немає бажання працювати на самоті [1]. Коворкінг – це зручне місце для таких професій, як, наприклад, фрілансери. Тут також можна проводити ділові зустрічі, майстер-класи, бізнес-тренінги і т.п.

Коворкінг-центри по суті здають в оренду робоче місце (з частиною нерухомості чи без такої) та офісне обладнання, а також надають супутні послуги по забезпеченню продуктивної роботи своїх клієнтів та додатковий сервіс (зокрема, для відпочинку).

Для оптимальної організації діяльності коворкінг-центру можливе застосування спрощеної системи оподаткування, зокрема єдиного податку. При цьому фізичній особі-підприємцю, який вирішив займатися саме такою діяльністю, слід врахувати два нюанси.

1. Діяльність коворкінг-центру краще організувати при роботі в 3-й групі платників єдиного податку. Це пояснюється тим, що для здійснення своєї діяльності ФОП буде укладати з клієнтом змішаний договір, елементами якого можуть бути договори послуг, а також оренди нерухомості чи прокату майна. ФОП таким чином, буде надавати своїм клієнтам певний набір послуг. Якщо коло клієнтів буде охоплювати тільки населення, то послуги коворкінг-центру підприємець може надавати, сплачуючи єдиний податок у 2 чи 3 групі. Однак, крім населення замовниками послуг у підприємця можуть бути юридичні особи – платники податку на прибуток та фізособи-підприємці, що знаходяться на загальній системі оподаткування. Надання послуг таким клієнтам не дозволяється при роботі у 2 групі платників єдиного податку.

2. Необхідно внести до єдиного держреєстру юридичних осіб та фізосіб-підприємців, а також до реєстру платників єдиного податку види діяльності згідно КВЕД ДК 009:2010. Це дозволить підприємцю надавати весь спектр послуг в коворкінг-центрі.

Окрім цього, необхідно дотримуватися обмежень по площі нерухомого майна, яке може передавати в оренду підприємець на єдиному податку. ФОП, які працюють на єдиному податку, можуть здавати в оренду нежитлові помешкання чи їх частини загальною площею не більше 300 кв. м.

Коворкінг-центри надають свої послуги часто використовуючи оплату готівкою. Постає питання відносно необхідності застосування РРО. Підприємець, що працює на загальній системі оподаткування, повинен його застосовувати. Підприємці, що працюють на єдиному податку, можуть приймати готівкові кошти від своїх замовників без використання касового апарату за умови, що їх доходи з початку року не перевищують обсяг 1 млн. грн. Якщо за підприємцем зберігається право працювати без РРО, то при прийомі готівки від клієнтів він повинен виписувати та видавати їм розрахунковий документ встановленої форми. Таким документом може бути товарний чек.

Список літератури:

1. Все про бухгалтерський облік. Спецвипуск від 22.09.2017 «Торгівля XXI сторіччя». – 2017. - №87. – С. 46-51.
2. *Мардус Н.Ю.* Сутність фінансових результатів підприємства і визначення їх місця у обліку, аудиті та аналізі / *Н.Ю. Мардус, К.Ю. Корсунова* // Інноваційно-інвестиційне забезпечення сталого соціально-економічного розвитку України : кол. монографія / ред. *О.В. Манойленко*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – Розд. 1. – С. 29-37.

ГАЙДЕЙ О.В., студент, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

КОВАЛЬЧУК С.П., к.е.н., ст. викл. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Уміння використовувати прийоми та методи економічного аналізу в умовах сучасної економіки має особливу актуальність, особливо для керівників підприємств, які бажають, здійснюючи підприємницьку діяльність при обмеженості використовуваних ресурсів, одержувати якнайбільший прибуток. Тому перед підприємцями та управлінським персоналом постає проблема пошуку та реалізації альтернативних рішень. Найбільш необхідним елементом для прийняття управлінських рішень є достовірна, корисна та своєчасна інформація. Тому визначення змісту економічного аналізу в інформаційному забезпеченні підприємства є дуже актуальним.

При визначенні поняття інформаційного забезпечення економічного аналізу необхідно виходити з основних етапів процесу керування діяльністю підприємств і враховувати роль економічного аналізу в ньому.

Як відомо, виділяються три основних етапи процесу управління: збір і обробка інформації, аналіз і прийняття управлінських рішень, серед яких аналіз займає проміжне місце. Звідси виходить, що інформаційне забезпечення аналізу є складовою частиною в системі інформаційного забезпечення управління, також як аналіз є елементом, рівнем процесу управління [1, с. 124].

Зазначимо, що головні функції економічної діяльності полягають у наступному:

- інформаційне забезпечення управління (збір і обробка інформації, упорядкування інформації про економічні явища та процеси);
- аналіз ходу та результатів економічної діяльності, оцінка її успішності та можливостей удосконалення на основі обґрунтованих критеріїв;
- планування;
- організація управління (організація ефективного функціонування тих або інших елементів господарського механізму з метою оптимізації використання

трудових, матеріальних і грошових ресурсів);

- контроль виконання бізнес-планів і управлінських рішень[2, с. 124].

У процесі аналізу первинна інформація проходить аналітичну обробку. Стадії проходження первинної інформації у процесі аналізу: проводиться порівняння досягнутих результатів виробництва з даними за минулі періоди часу, з показниками інших підприємств і середньогалузевими показниками; визначається вплив різних факторів на результативні показники; виявляються недоліки, помилки, невикористані можливості, резерви та перспективи подальшого розвитку.

На підставі результатів аналізу розробляються й обґрунтовуються управлінські рішення. Економічний аналіз передуює рішенням і діям, обґрунтовує їх, забезпечує об'єктивність і ефективність використання інформації [4, с.82].

Інформація отримана за результати економічного аналізу дає можливість вжити заходи, направлені на зміну цілей і зобов'язань, щоб уникнути в майбутньому виникнення втрат і зниження ефективної роботи підприємства.

Більше значення приділяється аналізу при визначенні та використанні резервів підвищення ефективності виробництва. Він сприяє ощадливому використанню ресурсів, виявленню та впровадженню передового досвіду, наукової організації праці, нової техніки та технологій виробництва, попередженню зайвих витрат тощо [3, с.31].

Можна стверджувати, що економічний аналіз є важливим елементом у системі управління виробничою діяльністю, діючим засобом виявлення внутрішньогосподарських резервів, основою розробки науково-обґрунтованих планів і управлінських рішень [3, с.34].

Значення аналізу як засобу управління виробництвом з кожним роком зростає. Це передусім пов'язано з:

- необхідністю неухильного підвищення ефективності виробництва;
- переходом до ринкових відносин;
- створенням нових форм господарювання у зв'язку з роздержавленням економіки й економічних реформ;
- інформатизацією суспільства та економіки у цілому.

За результатами проведеного дослідження ми можемо зробити висновок про виняткову важливість проведення економічного аналізу для забезпечення підприємства необхідною для його діяльності інформацією. За допомогою економічного аналізу відбувається осмислення та розуміння інформації, її розшифрування у зрозумілому для спеціалістів економічної сфери сенсі. Особливу роль економічний аналіз відіграє в ринковій економіці, де він багато в чому носить ситуаційний характер, пристосовуючись до умов невизначеності, характерним для ринкової економіки.

Список літератури:

1. Прокопенко І.Ф. Методика і методологія економічного аналізу / І.Ф. Прокопенко, В.І. Ганин / К.: Центр учбової літератури, 2013. – 430 с.
2. Бутинець Ф.Ф. Економічний аналіз : Практикум: Навч. пос. / Ф.Ф. Бутинець, Є.В. Мних,

КОВАЛЬ М. С., студентка, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ В УПРАВЛІННІ

Економічний аналіз необхідний на всіх етапах підприємницької діяльності: від планування і формування підприємства до реалізації кожного етапу його функціонування, дотримуючись принципів поступовості самого аналізу. А множина альтернатив для прийняття програмних рішень, що утворюється в процесі аналізу, покликана забезпечити конкурентні переваги об'єкта дослідження і його прибутковість в довгостроковій перспективі. Як бачимо, економічний аналіз торкається усіх напрямів діяльності підприємства [1].

З приводу потреби постійного вдосконалення управління на основі впровадження наукових нововведень нагальним стає досягнення відповідного рівня організації економічного аналізу як важливої функції управління. Однак в більшості випадків керівництво надає перевагу вже існуючій та перевірній технології і при цьому вважає недоцільним використовувати нову, більш прогресивну, щоб не виникло негативних фінансових результатів своєї діяльності.

У країнах з розвиненою економікою, в умовах ринку, який характеризується нестабільністю попиту та пропозиції, мінливістю конкурентного середовища, існує велика потреба у використанні нових теоретичних підходів, прикладного інструментарію, які б дали можливість розробляти успішну ринкову стратегію, оцінку перспектив і напрямків розвитку суб'єктів господарювання [3].

Швидкий науково-технічний розвиток свідчить, що поряд з розвитком комп'ютерних технологій, у тому числі тих, які використовуються для автоматизації систем управління діяльністю підприємств, створюються необхідні умови для вдосконалення оперативного аналізу їх роботи. Добуті можливості дозволяють у стислі терміни отримувати інформацію про дотримання виробничої програми, своєчасності виконання договірних зобов'язань, стан розрахунків тощо.

Проте, на сьогодні, існує ряд проблем, що постають в аналітичній роботі підприємства, а саме:

- більшість підприємств, які зіштовхуються з перешкодами, не задумуються над необхідністю важливості саме економічного аналізу своєї діяльності, а тому взагалі його не здійснюють;
- по-друге, на підприємствах відсутні кваліфіковані економісти, які могли

б ефективноздійснювати аналіз основних показників діяльності підприємства та своєчасно розробляти можливі шляхи виходу з кризових ситуацій (зниження рівня збуту продукції, зменшення кількості потенційних клієнтів, захоплення запланованої частки ринку конкурентом тощо).

- не достатньою мірою використовується автоматизація інформаційної бази економічного аналізу на підприємствах [2].

Незважаючи на виокремленні вище проблемні питання, на сьогоднішній день, науковці виділяють наступні можливі перспективи та напрями розвитку економічного аналізу:

- перегляд традиційних прийомів дослідження і засвоєння, оцінки та аналізу багатьох нових економічних категорій щодо відповідності їх ринковим умовам;

- упровадження ситуаційного комерційного аналізу, заснованого на комп'ютерній технології обробки оперативних інформаційних масивів за умов заглиблення комерційного ризику;

- створення та розвиток комплексних автоматизованих систем комерційної інформації;

- необхідність розробки єдиної системи економічного аналізу, яка б інтегрувала аналіз діяльності на всіх рівнях та базувалась на єдиній обґрунтованій системі оцінних показників ефективності господарювання підприємств і їхніх підрозділів;

- запровадження системи різнострокових прогнозів, що базувалась б на виявлених аналізом закономірностях і тенденціях;

- підвищення оперативності економічного аналізу, удосконаленні організаційних форм аналітичної роботи та перебудова інформаційних потоків;

- широке застосування економіко-математичних методів й персональних комп'ютерів, що дасть змогу скоротити протяжність інформаційних потоків, знизити ймовірність помилок під час обробки та користування даними [2].

Отже, економічний аналіз у системі управління здійснюється до ухвалення управлінського рішення (для дослідження критеріїв, цілей та індикаторів щодо їх обґрунтованості, доцільності, реальності, економічності, прогнозування рівня впливу різних чинників на результативність), у процесі виконання рішення (діагностика процесу виконання рішення за заданими критеріями за для постійного коригування дій для досягнення поставлених завдань) і за наслідками виконання рішення (для виявлення причинно-наслідкових зв'язків між явищами та процесами, впливу факторів на отримані результати, пошуку можливостей покращання результатів та здійснення процесу задля використання їх для прийняття наступних рішень).

Таким чином, економічний аналіз є важливим елементом в системі управління, виробництвом, дієвим засобом виявлення внутрішньогосподарських резервів, основою розробки науково обґрунтованих управлінських рішень, інструментом

контролю за їх виконанням.

Список літератури:

1. Роль аналізу інвестиційної діяльності в системі управління підприємством [Електронний ресурс] // Сайт бібліотеки науковихресурсів. – Режим доступу:http://globalteka.ru/books/doc_details/5321.html.
2. Хитрук Н.С. Розвиток економічного аналізу на підприємстві: проблеми та шляхи їх вирішення./ Л.Ю. Бородій, І.Ф. Лобачева//Електроннийресурс. – Режим доступу:<http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=31645>
3. Ходарева О.О. Функціонально-вартісний підхід до управлінської діяльності: аналіз і контроль складних систем / О.О. Ходарева, Л.О. Шульга // Економіка промисловості. – 2011. – № 1. – С. 85–89.

НАЗАРЕНКО О.В., канд.екон. наук,доцент, НТУ «ХПІ»

КОЗЛОВА Ю.Ю., студент кафедриЕАтаО НТУ «ХПІ»

ПРОБЛЕМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ

Економікабудь-якої країни не стоїть на місці, а постійно розвивається. Так і Україна за останній рік досягла істотного прогресу, піднявшись майже вдвічі у рейтингу простоти сплати податків, а саме з 84-ї до 43-ї позиції серед 190 країн-учасниць. Цей факт підтверджують результати спільного дослідження аудиторської компанії РwСта групи Світового банку.

Україна – це єдина з країн Східної Європи та Центральної Азії, яка в 2016 році істотно знизила податкові ставки. Зокрема, зменшення ставки єдиного соціального внеску призвело до послаблення податкового навантаження на бізнес. Дане дослідження продемонструвало тенденцію в усьому світі до скорочення кількості часу, який витрачає бізнес на ведення податкового обліку. Одним із пріоритетів для уряду в податковій сфері має бути подальша автоматизація процесу взаємодії бізнесу з фіскальними органами та відмова від паперового документообігу, спрощення правил обліку, форм податкових накладних і податкових декларацій.

Податкове навантаження в Україні становить 37,8%, в ЄС – 40,5%, в той час як загальний світовий показник – 39,6%. Позитивний тренд Україна показує відносно кількості податкових платежів на рік – 5, при середньому показнику в світі – 24, в ЄС – 12. В середньому в Україні йде 327,5 годин на підготовку та подачу податкової звітності, тоді як в ЄС цей показник складає 161 годину, а загально-світовий – 240 годин. За індексом пост-подачі український показник майже відповідає європейському і складає 85,95 при загально-світовому 59,51[1].

У 2016 році питома вага податкових надходжень у ВВП разом з єдиним соціальним внеском склав 33,4% (а саме 796,9 млрд. грн.). Цей показник менший за показники Польщі та Естонії, натомість більше ніж у США, Турції та Ірландії.

Дослідження РwС має на меті заохотити уряди до побудови більш ефективних податкових систем. Але для створення сприятливих умов для залучення іноземних інвестицій необхідно зробити досить багато заходів:

- подолати корупцію;

- сприяти приватизації землі;
- стимулювати підготовку кваліфікації робочої сили та інше.

Якщо ми навчимося створювати нові методи податкових систем та ефективно застосовувати їх на практиці, то ми зможемо вивести Україну на нову вищу сходинку світового рейтингу.

Список літератури:

1. Україна вдвічі покращила свої позиції у рейтингу оподаткування // Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2017/11/21/631393/>

КОЛЕСНІЧЕНКО А.С., ас. каф. ЕАтаО, НТУ «ХП»

ОРГАНІЗАЦІЙНІ І ТЕХНОЛОГІЧНІ СКЛАДОВІ ПРОЦЕСУ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Історичний розвиток процесів та явищ, які складають базу і зміст технології обслуговування й закладаються в основу організації готельного господарства, демонструє еволюційні кроки становлення індустрії гостинності, яка набуває на сучасному етапі формації ознак складноструктурованої системи управління й господарювання.

Ключові напрями формування організаційно-технологічних засад функціонування готелів розглядаються в контексті технології обслуговування гостей під час перебування у готелі, організації їх прийому, розміщення, надання додаткових послуг, операцій з виїзду, розрахунків за проживання та послуги, забезпечення безпеки проживання та поведінки в надзвичайних ситуаціях, збереженості майна проживаючих тощо. Тому, використання новітніх організаційних і технологічних прийомів й технік щодо забезпечення динамічного розвитку кожного конкретного суб'єкта господарювання у сфері гостинності й всієї галузі в цілому стає дедалі більш актуальним питанням.

Розкриття організаційних, методичних й технічних аспектів формування технології надання готельних послуг широко висвітлено у дослідженнях зарубіжних й вітчизняних науковців. Найбільш значущі результати представлено в роботах: М.В. Ариффуліна [1], І.М. Білецької [2], О.О. Вишневської [4], С.С. Галасюк [3], Н.І. Данько [4], Л.С. Морозової [1], Л.І. Нечаюк [5], А.Ю. Парфіненка [4], П.О. Подлепіна [4] та ін. При цьому, інтернаціоналізація бізнес-процесів, які суттєво впливають на динамічний розвиток готельної індустрії, обумовлює нестихання інтересу до вказаної проблематики, з урахуванням специфіки роботи готелів і готельних комплексів.

Готельна послуга, як кінцевий продукт, який має особливі ознаки, параметри й критерії визначення, ґрунтується на власному технологічному циклі. У практиці

господарювання він отримав назву «гостьовий цикл» (в перекл. з англ. - guest cycle) [4, с. 87]. До складу гостьового циклу входить послідовність часових, інформаційних, кадрових, матеріальних витрат, спрямованих на обслуговування одного гостя.

Технологічно алгоритм побудови гостьового циклу представляє комплекс дій і процедур, до яких залучається кожен гість, з моменту подачі заявки на розміщення й проживання до остаточного виїзду з готелю.

Технологічний процес продукування готельної послуги представляє сукупність методів, прийомів, режимів роботи, визначену послідовність процедур із використанням різного роду ресурсів: матеріальних, кадрових, інформаційних, залучення спеціальних засобів, обладнання, матеріалів, інструментів та інших. Цільовий орієнтир технології надання готельних послуг полягає у забезпеченні безперебійності виконання гостьового циклу. Координація й упорядкування технологічного циклу обслуговування клієнтів у готелях реалізується за допомогою організаційної функції.

Варіативний характер надання готельних послуг ґрунтується на принциповій основі формування гостьового циклу. Методологічною базою організації технологічного циклу надання готельних послуг виступає сукупність принципів, якими має керуватися суб'єкт управління, серед них: спеціалізація, пропорційність, паралельність, ритмічність, прямоточність, безперервність, циклічність й комплексність.

Систематизація ключових елементів, які обумовлюють побудову організаційно-технологічної структури гостьового циклу, представлена на рис. 1.



Рис. 1 - Організаційно-технологічні складові надання готельних послуг

Примітка: складено автором на основі [4-5]

Дотримання певних принципів реалізації технологічного процесу обумовлює формування методологічної основи організації гостювого циклу, дозволяє сфокусуватися на ключових завданнях оптимізації системи управління готелів та готельних комплексів у сформованих конкурентних умовах. Систематизація організаційно-технологічних складових надання готельних послуг сприятиме врахуванню всієї сукупності факторів макросередовища, які обумовлюють ключові вектори розвитку інституту гостинності в нашій країні.

Список літератури:

1. Ариффуллин М.В. Шляхи підвищення ефективності готельних послуг: монографія / М.В. Ариффуллин. – М: МАТГР, 2010. – 180 с.
2. Білецька І.М. Національні особливості організації готельної справи у світовій індустрії гостинності / І.М. Білецька // Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. – 2015. – № 1. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3745>. Дата звертання : 04 грудня 2017.
3. Галасюк С.С. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів: монографія / С.С. Галасюк, О.В. Шикіна. – Одеса: Атлант, 2015. – 281 с.
4. Данько Н. І. Основи готельно-ресторанної справи : навчальний посібник / Н.І. Данько, А.Ю. Парфінєнко, П.О. Подлепіна, О.О. Вишневська [за заг. ред. А.Ю. Парфінєнка]. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 288 с.
5. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент / Л.І. Нечаюк, Н.О. Нечаюк [Навчальний посібник. 3-тє видання]. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 344 с.

НЕСЕН О.В., студентка ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»

ОБЛІК ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗА МСБО 16 ТА П(С)БО 7: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Підприємства будь-яких форм власності та розмірів потребують точного відображення в обліку однієї з найбільш важливих складових частин своїх активів – основних засобів. А у зв'язку з тим, що Україна інтегрується до світового співтовариства, вітчизняна практика бухгалтерського обліку має бути переглянута з позиції її відповідності міжнародним стандартам.

Проблемі обліку основних засобів за міжнародними стандартами фінансової звітності приділено значну увагу науковців, серед яких слід відмітити: Кафку С.М. [1], Коршикову Р.С. [3], Озеран А.В. [3], Пирець Н.М. [4], Побережну Н.М. [5], Псюк Ю.А. [4], Реку О.О. [1], Сас Л.С. [8], Шеленко Д.І. [8], Якубів В.М. [8], Яценко А.В. [5]. Проте враховуючи вагомий внесок зазначених вище науковців, більш глибокого дослідження потребує питання визначення шляхів адаптації міжнародних та національних стандартів з обліку основних засобів.

Облік основних засобів за національними стандартами регулюється П(С)БО 7 «Основні засоби», а за міжнародними – МСБО 16 «Основні засоби». Зважаючи на те, що П(С)БО 7 формувалось на основі МСБО 16, в даних нормативно-правових документах є певні спільні твердження. Проте в результаті їх аналізу та дослідження спостерігаються істотні відмінності, які потрібно враховувати в процесі обліку

основних засобів.

Стосовно суттєвих розбіжностей, то в МСБО 16 не вказується, що є об'єктом основних засобів. У свою ж чергу, національним положенням передбачено, що об'єкт основних засобів може бути розділений на частини. Проте на практиці рідко трапляється, коли організація використовує даний метод з метою підвищення контролю.

Щодо класифікації основних засобів, то міжнародні стандарти поділяють основні засоби на такі групи: земля; земля та будівлі; машини та обладнання; кораблі; літаки; автомобілі; меблі та приладдя; офісне обладнання[2]. В той час як національні стандарти визнають 2 класи основних засобів – основні засоби та інші необоротні матеріальні активи.

Безумовно, амортизація основного засобу настає з того часу, коли його можна використати за призначенням. Міжнародні та національні стандарти відрізняються способами нарахування амортизації основних засобів. В обох нормативно-правових документах можна виокремити спільні методи нарахування амортизації, а саме: прямолінійний та виробничий. Але, крім цього, МСБО 16 виокремлює метод зменшення залишку, а П(С)БО 7 визначає ще 3 методи: зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивний.

За П(С)БО 7 вартість землі не амортизується, на відміну від МСБО 16, за яким «у деяких випадках сама земля може мати обмежений термін корисної експлуатації, тоді її амортизують методом, який відображає вигоди, що мають бути отримані від неї» [2].

У національних стандартах в порівнянні з міжнародними детальніше визначено на основі яких витрат визначається первісна вартість об'єкта основних засобів. Але при цьому в МСБО 16 конкретно перераховано окремі витрати.

Розрізняються у МСБО 16 та П(С)БО 7 і положення щодо формування резерву майбутніх витрат. За міжнародними стандартами резерв майбутніх витрат на демонтаж, ліквідацію об'єкта основних засобів може бути включеним до його вартості. Але у П(С)БО 7 дані положення не передбачені.

Знайти розбіжності можна і в розгляді витрат на виплату відсотків, які за П(С)БО 7 не входять у первісну вартість об'єкта. Хоча на противагу цьому МСБО 16 передбачає, що облік витрат по сплаті відсотків відбувається за положеннями МСБО 23 «Витрати на позики», але лише у тому випадку, коли об'єкт створюється за рахунок залучених кредитів.

У міжнародних та національних стандартах положення про оцінювання об'єктів при їх будівництві є ідентичними. Відповідно до цього об'єкти, що споруджуються компанією оцінюються за однаковими принципами.

Крім цього є суттєві розбіжності щодо переоцінки основних засобів. Міжнародні стандарти передбачають 2 методи оцінки основних засобів: модель собівартості та модель переоцінки. У свою чергу національні стандарти визнають

лише одну модель переоцінювання об'єкта основних засобів. При цьому відмінним є і черговість відображення переоцінки накопиченого зносу об'єкта. Так МСБО 16 визнає 2 методи перерахунку суми зносу: пропорційний та виключення суми зносу з валової вартості активу. У такому випадку П(С)БО 7 передбачає застосування лише першого методу, а другий при цьому відсутній взагалі.

Істотно відрізняється у міжнародних та національних стандартах й процес придбання основних засобів за рахунок грантів. Відповідно до МСБО 16 балансова вартість об'єкта основних засобів може бути зменшена на суму отриманих державних грантів, якщо таке фінансування пов'язане з придбанням саме цього об'єкта. А у П(С)БО 7 при первісному визнанні придбаних за рахунок урядових грантів об'єктів основних засобів вартість цих активів на суму отриманих коштів зменшувати не дозволяється.

Щодо придбання основних засобів за рахунок пайових інструментів, то відповідно до МСБО 16 оцінку об'єктів основних засобів, придбаних в операціях за участю пайових інструментів регулює МСФЗ 2 «Платіж на основі акцій». У національних П(С)БО розрахунки з використанням пайових інструментів розглядають в контексті виплат працівникам.

Безперечно, підприємства за власним бажанням вирішують, чи будуть вони використовувати міжнародні стандарти для ведення обліку основних засобів, чи будуть дотримуватися лише національних. Проте успішне застосування МСБО 16 розвинутими країнами показує ефективність ведення обліку за цим нормативно-правовим документом. Тому буде доцільно удосконалити національні стандарти чи, як приклад, надати міжнародним стандартам статус національних. Це б полегшило роботу бухгалтерів, підприємства яких мають справу з іноземними партнерами, і покращило б імідж країни.

Щоб адаптувати систему національного обліку основних засобів до міжнародної доцільним буде внесення таких змін:

- узгодити критерії визнання основних засобів та склад їх об'єктів у П(С)БО 7 з МСБО 16;
- передбачити в П(С)БО 7 такі методи нарахування амортизації основних засобів, які включено в М(С)БО 16;
- внести зміни у П(С)БО 7 щодо методики нарахування амортизації землі та земельних ділянок;
- чітко сформулювати в П(С)БО 7 дії при списанні суми дооцінки об'єкта на нерозподілений прибуток.

Таким чином, можна сказати, що принципи обліку основних засобів за національними та міжнародними вимогами містять як схожі положення, так й істотні відмінності, які можна пояснити особливостями законодавства. При цьому розбіжності МСБО та П(С)БО не суперечать один одному. З метою надання користувачам достовірної інформації та полегшення роботи бухгалтерів, до П(С)БО 7

буде доцільно внести зміни, які пристосують систему обліку основних засобів до положень МСБО 16.

Список літератури:

1. *Кафка С.М., Река О.О.* Особливості обліку операцій з основними засобами за МСБО 16 та П(С)БО 7: порівняльний аспект// Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2012. – № 3.– С. 223–229.
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 "Основні засоби": Міжнародний документ від 01.01.2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_014.
3. *Озеран А.В., Коришкова Р.С.* Гармонізація вимог П(С)БО України із МСФЗ щодо обліку основних засобів// Науково-практичне видання "Незалежний аудитор". – 2016. – № 15.– С. 54–61.
4. *Пирець Н.М., Псюк Ю.А.* Порівняльний аналіз національних та міжнародних стандартів обліку основних засобів// Інноваційна економіка. – 2013. – №6.– С. 325–330.
5. *Побережна Н.М., Яценко А.В.* Спільне та відмінне в обліку основних засобів за МСБО 16 та П(С)БО 7 // Вісник НТУ "ХПІ". – 2014. – № 32.– С. 112–115.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби": Наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 № 92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
7. *Попович В.І.* Облік основних засобів: порівняльний аналіз МСБО та П(С)БО. – 2012. – С. 216–219.
8. *Якубів В.М., Шеленко Д.І., Сас Л.С.* Облік основних засобів: національний та міжнародний аспекти// Актуальні проблеми економіки – 2015. – №11.– С. 375–379.

СЕМЕНОВ С.М., магістрант, Харківський державний університет харчування та торгівлі

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АНАЛІТИЧНОГО ОБЛІКУ ТОВАРНИХ ОПЕРАЦІЙ

В даний час обліково-аналітична інформація про товарні операції практично не орієнтована на внутрішніх користувачів і не здатна посилати керівництву вірні сигнали щодо планування, контролю та прийняття управлінських рішень. Традиційний бухгалтерський облік поки не здатний вирішувати питання, пов'язані з аналізом обсягу продажів і рентабельністю товарів, плануванням витрат, виявленням відхилень від їх оптимальної величини, проведенням ефективної цінової політики. Тому для вирішення внутрішніх завдань управління торговим підприємством призначений управлінський облік, основним завданням якого є забезпечення інформацією, яка буде корисною для прийняття стратегічних і тактичних рішень в області прогнозування господарської діяльності.

За оцінками фахівців в економічно розвинених країнах компанії 90% робочого часу в області бухгалтерського обліку витрачають на постановку і ведення управлінського обліку. В вітчизняних підприємствах навпаки це співвідношення діє на користь звичайного бухгалтерського (фінансового) обліку. Крім того, праці дослідників в цій області управлінського обліку присвячені тільки діяльності підприємств виробничої сфери, що, здавалося б, виключає впровадження принципів управлінського обліку в організації сфери обігу (торгівлю). В даному дослідженні

нами запропоновано використання управлінського обліку в організаціях роздрібною торгівлі в частині аналітичного обліку товарних операцій.

Організаційну структуру сучасного торгового підприємства можна розглядати як сукупність різних центрів відповідальності, пов'язаних між собою лініями відповідальності. Вирішальний вплив на створення центрів відповідальності має виробнича і організаційна структури торгового підприємства. Виробнича структура показує види товарів, що реалізуються, склад і структуру відділів, служб, форми побудови та взаємозв'язку на кожному рівні управління. Організаційна структура офіційно знаходить своє вираження в штатному розкладі. Фактично вона забезпечує узгодженість окремих видів діяльності та зусиль підрозділів з виконання завдань і цілей.

Центри відповідальності можуть мати вищий і нижчий рівні господарської організації. Виходячи з функцій, які вони виконують, можна виділити основні (що займаються реалізацією товарів) і допоміжні (обслуговуючі основні центри) центри відповідальності. Для практичної діяльності організацій роздрібною торгівлі ми пропонуємо виділити наступні основні центри відповідальності: торговий відділ, склад, торговий зал, а в якості центру витрат - гараж. Кожен з центрів відповідальності може мати більш ніжчі рівні, але в будь-якому випадку об'єктом центру виступає людина (менеджер). Наприклад, в якості менеджерів нижчої ланки можуть виступати в торговому відділі - товарознавці, які відповідають за роботу з конкретними постачальниками або за поставку товарів певного асортименту та виду; на складі - бригада або окремий комірник, що відповідають за зберігання товарів; в торговому залі (іменованому також центром продажів) - секції та відділи, а в них бригади або окремі продавці, які відповідають за виручку від продажу товарів.

Отже, побудова таких центрів відповідальності сприяє ефективності діяльності торгового підприємства, де менеджери можуть приймати обґрунтовані і компетентні рішення, пов'язані з управлінням товарними запасами.

Основною метою функціонування організації роздрібною торгівлі є отримання прибутку для подальшого розвитку і розширення діяльності. Для отримання прибутку необхідно, щоб товари продавалися вище їх собівартості. Звідси, основними об'єктами управлінського обліку є отримані прибутки та проведені витрати на товари. Дохід представлений у вигляді виручки від продажу товарів. Витрати складаються з вартості товарів, сплаченої постачальнику і інших витрат з придбання, складування, продажу, які також повинні включатися в собівартість товарів. Однак на практиці настільки складно розподілити ці витрати між окремими товарами, тому вони враховуються відокремлено. Звідси інформація про собівартість, яка формується в системі звичайного бухгалтерського обліку, є неприйнятною для аналізу і існує реальна небезпека прийняття неправильного управлінського рішення.

На наш погляд найбільше для цих цілей в торгівлі підходять елементи калькулювання за видами діяльності (ABC-метод). Цей метод набув широкого

поширення на зарубіжних підприємствах різного профілю. Безпосередньо термін «Activity-Based Costing» у літературі вперше можна знайти у статті Р. Купера «Costmanagement concepts and principles – the rise of activity based costing» (Journal of Cost Management (1988)) [1].

В першу чергу витрати підприємства розглядаються за основними видами діяльності (функцій), а потім відбувається їх розкладання на складові частини (операції, дії). Кожна операція пов'язана зі споживанням матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Витрати операцій є «сходінками» піраміди, на вершині якої формуються витрати функцій, центрів витрат, центрів відповідальності і в кінцевому рахунку собівартість калькуляційної одиниці. Отже, ця калькуляційна система використовує метод поетапного розподілу на собівартість товарів накладних витрат за допомогою проміжного об'єкта - операції, яка також виводиться в якості відокремленого об'єкта калькулювання.

Застосування методу ABC дозволяє істотно поліпшити методику калькуляційних розрахунків, підвищити їх точність і використання для цілей управління. Відокремлений облік витрат, пов'язаних з купівлею-продажем товарів, з розбивкою по елементам і статтям витрат, не дає уявлення про повну вартість калькуляційної одиниці (виду, групи, найменування товару). При використанні елементів ABC-методу всі витрати підприємства слід спочатку згрупувати за функціями господарської діяльності в залежності від участі в господарському процесі. Так, діяльність торгового підприємства може бути представлена сукупністю операцій (дій) щодо виконання функцій закупівлі, зберігання, реалізації, а також координує їх сфери управління.

Потім кожна функція деталізується на операції, що формують один або кілька центрів витрат. Величина витрат знаходиться в пропорційній залежності від носія витрат (або драйвера) для кожного відокремленої операції. Драйвери є вимірниками вихідного результату операції і повинні бути кількісно визначені. Після чого на собівартість продукту відносяться витрати відповідно до його потреб в цьому виді діяльності.

Порядок формування собівартості одиниці товару з урахуванням накладних витрат за функціями представлений на рис 1.

Використання ABC-методу показує, що витрати із закупівлі та зберігання повинні відноситися до всіх товарів, що дозволяє найбільш точно визначити собівартість товару для продажу. Накладні витрати, включені у вартість товару, можуть бути списані тільки після його продажу, а до того моменту в разі тривалого зберігання товару його собівартості буде поступово зростати. Це веде до зниження реального доходу і вимагає прийняття відповідного управлінського рішення (наприклад, повернення товару постачальнику).

Основна причина обмеженості застосування ABC-методу полягає в великому обсязі рахункових робіт і трудомісткості обліку. Адже в роздрібному торговельному

підприємстві може бути в наявності кілька тисяч найменування товарів. Однак ця проблема вирішувана за умови використання в обліку комп'ютерної техніки, яка сумісна з касовими терміналами, де організовується аналітичний облік товарів в розрізі їх найменувань і сортів.

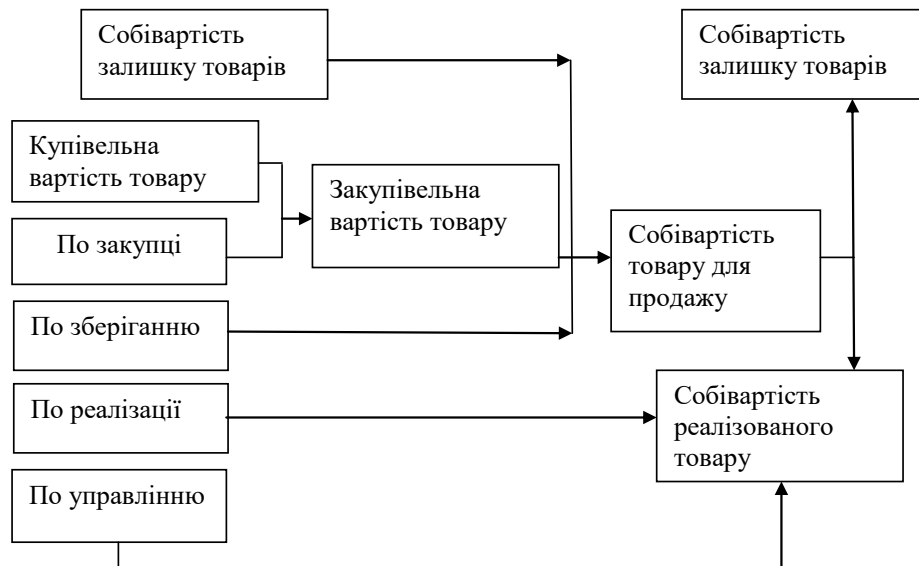


Рис. 1 – Калькуляція одиниці товару з використанням ABC-методу

Механізм впровадження ABC-методу можливий на базі чинного Плану рахунків бухгалтерського обліку. Для управлінського обліку витрат з придбання товарів в класі 2 можна використовувати рахунок 29, сальдо і обороти по якому не відображаються в бухгалтерському (фінансовому) обліку. При цьому передбачається багаторівнева система калькуляції таких витрат за допомогою використання субрахунків 291 «Витрати ABC», 292 «Витрати в розрізі об'єктів до продажу», 293 «Витрати в розрізі об'єктів після продажу». Це питання буде розглянуто в подальших дослідженнях.

Список літератури:

1. Лукашов А.В. Практические материалы круглого стола ABC (activity based costing) и АВМ (activity based management): оптимизация бизнес-процессов и повышение прибыльности компаний [Електронний ресурс] / А.В. Лукашов. – Режим доступу: <http://gaap.ru/biblio/mngacc/foreign/017.asp>.

НИКОЛОВ О.П., студент, Одеський національний економічний університет

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АУДИТУ

В процесі розвитку діяльності суб'єктів господарювання різних форм власності постає питання щодо прийняття певних рішень, які повинні базуватись на об'єктивно

обґрунтованих даних, які повинні відповідати принципам повноти і достовірності. Відповідно до цих умов, виникає такий вид фінансового контролю як аудит, на який покладено завдання щодо здійснення аналізу показників фінансового стану підприємства, а також висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність. Незалежний аудит як спосіб підтвердження даних фінансової звітності необхідний не тільки самому підприємству, але й потенційним інвесторам, постачальникам, кредиторам, акціонерам, тому питання розвитку аудиту в Україні сьогодні є досить актуальним, особливо в аспекті розгляду проблем та перспектив його розвитку.

Вагомий внесок в наукове та практичне дослідження проблем та перспектив розвитку аудиторської діяльності в Україні зробили українські вчені та практики, зокрема: О.С. Бородкін, Ф.Ф. Бутинець, З.В. Гуцайлюк, С.Я. Зубілевич, М.В. Корягін, М.В. Кужельний, П.О. Куцик, В.С. Рудницький, В.Я. Савченко, Дорош Н.І., Кравченко В.І., Редько О.Ю. та інші.

Слід зазначити, що впровадження незалежного аудиту у сферу підприємницької діяльності має істотні переваги не тільки для самих господарюючих суб'єктів, але й для держави. Адже саме за рахунок здійснення незалежного аудиту забезпечується:

- значна економія державних коштів, які витрачаються на утримання контрольно-ревізійного апарату;
- надходження додаткових коштів до бюджету за рахунок сплати аудиторськими фірмами (аудиторами-підприємцями) податків;
- незалежність, конкурентна боротьба, професіоналізм аудиторів, що сприяє підвищенню якості перевірок;
- можливість вибору аудитора замовником.

Разом з цим варто виділити такі проблемні питання, що стосуються розвитку аудиту в Україні:

- значний негативний вплив «тіньового» бізнесу;
- негативний вплив «дослівного перекладу» міжнародних нормативно-правових актів та концепцій з питань аудиту без врахування особливостей економічного розвитку нашої країни;
- недостатня кількість кваліфікованих аудиторських кадрів, що зумовлено, перш за все, невідповідністю підготовки українських бухгалтерів та аудиторів сучасним вимогам практики;
- відсутність типових форм документів з аудиту;
- відсутність методичних рекомендацій з питань комп'ютеризації аудиту;
- громадські професійні організації бухгалтерів та аудиторів не є масовими, тому це стримує процес обговорення та вирішення проблемних питань практики обліку та аудиту;
- відсутність єдиної, загальноприйнятої, обґрунтованої економічно методики розрахунку цін за аудиторські послуги [1].

Критерієм якості під час проведення аудиту вважається, насамперед, виконання аудиторами вимог Міжнародних стандартів аудиту.

Однак суворе дотримання стандартів пов'язане зі збільшенням додаткового часу роботи аудиторів, що пов'язане зі збором додаткової інформації та документуванням процесу перевірки [2].

Отже, Україна має невеликий досвід у практиці аудиторської діяльності, існує багато проблемних питань, які потребують швидкого вирішення, але наша країна має і потужний потенціал та перспективи розвитку незалежного аудиту.

Для вирішення вищезазначених проблем варто навести деякі шляхи їх подолання та перспективи розвитку аудиту в Україні:

- розробка механізму ціноутворення на аудит та аудиторські послуги шляхом вивчення міжнародного досвіду з цього питання;
- підвищення престижу аудиторської професії, надання впевненості у відповідності ціни якості роботи аудитора;
- розробка внутрішньої фірмової методики аудиту, робочої документації;
- розробка типових методик аудиторської перевірки у розрізі галузей їх функціонування;
- скасування «штучно вмонтованих» елементів зарубіжної теорії та практики, які не тільки не мають обґрунтованого змісту, але й суперечать реальним потребам обліковців-практиків;
- удосконалення навчальних планів підготовки бухгалтерів та аудиторів у вищих навчальних закладах [3].

Аудит є обов'язковою частиною цивілізованого функціонування ринкової економіки кожної країни.

Відповідно до Закону України «Про аудиторську діяльність», аудит – це перевірка даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб'єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень суб'єктів господарювання) згідно із вимогами користувачів.

Причини виникнення і розвитку аудиторської діяльності безпосередньо пов'язані з особливостями ринкової економіки. Прийняття будь-якого управлінського рішення має ґрунтуватися на економічній інформації, яка формується переважно на основі даних бухгалтерського обліку.

Отже, для прийняття зваженого рішення щодо іншого підприємства необхідно мати певні гарантії достовірності і реальності його бухгалтерської інформації. Головною метою аудиторської перевірки є перевірка правильності, законності, повноти і достовірності даних бухгалтерської звітності підприємства.

Таким чином, в умовах розвитку ринкових відносин та різноманітності форм власності існує нагальна потреба в удосконаленні функцій управління підприємством,

що викликало потребу створення системи професійного незалежного аудиту[4].

Аудитор стає все більш помітною особою в очах учасників підприємницьких відносин, який висловлює професійну думку про достовірність і відповідність вимогам законодавства тих документів, що характеризують ефективність і прозорість фінансово-господарської діяльності підприємства.

Список літератури:

1. *Бойко Н.В.* Проблеми розвитку аудиту в Україні / *Н.В. Бойко, С.А. Наконечна*: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ekona.org.ua/files/sbornik_tezisov_chntu2014.pdf.
2. *Усач Б.Ф.* Аудит : навч. посіб. / *Б.Ф. Усач*. – К. : Знання-Прес, 2002.
3. *Свідерський О.* Сучасні проблеми та перспективи розвитку в Україні / *О. Свідерський*: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.stelmaschuk.info/archive-internet-conference/51-conferencia-17-05-2012/262-262.html>.
4. *Корягіна С.В.* Маркетинговий аудит : навч. посібник / *С.В. Корягіна, М.В. Корягін*. – К. : Центр навчальної літератури, 2014. – 320 с.

СЕМЕНЮК І.О., студент, ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Враховуючи той факт, що Україна взяла курс на інтеграцію до Європейського Союзу, який складається переважним чином з постіндустріальних країн, особливого значення набуває дослідження теоретичних та методичних засад обліку інтелектуального капіталу. Зазначене пояснюється ключовою роллю капіталу даного виду в процесі формування вартості суб'єктів господарювання, які функціонують в умовах постіндустріальної економіки.

Дослідженню проблем обліку інтелектуального капіталу приділено значну увагу в роботах як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Зокрема, в Україні даним питанням займалися І.О. Курило [3] та В.М. Диба [2]. Серед зарубіжних дослідників даної економічної категорії слід відмітити Л. Едвінссоната М. Мелоуна [5], а також Ю.О. Бистрову [4]. Проте враховуючи вагомий доробок зазначених дослідників і цінність отриманих ними результатів, серед невирішених проблем залишається потреба в уточненні економічної сутності інтелектуального капіталу та його класифікації.

Насамперед, доцільно здійснити уточнення економічної сутності інтелектуального капіталу. Зокрема, Ю.О. Бистровою запропоновано наступне визначення даної економічної категорії: «...це сукупність всіх негрошових активів і зобов'язань, які повністю або частково контролюються підприємством і беруть участь у створенні або знищенні цінностей (вартості) підприємства, в основі яких лежить знання і інформація» [4].

Проте, на погляд автора, дане визначення є неповним, оскільки капітал – це сукупність ресурсів, факторів виробництва й обігу, необхідних для створення та

реалізації товарів і послуг [6]. Крім того, визначення інтелектуального капіталу за Ю.О. Бистровою [4] є дискусійним також з огляду на наступні аспекти: 1) дане визначення не враховує навичок та вмінь працівників, їх досвіду, творчих здібностей; 2) термін «зобов'язання» вжито не в широкому значенні, а як частину пасиву; 3) не відображено, ті складові інтелектуального капіталу, які не можуть бути класифіковані, як активи та зобов'язання; 4) не враховано питання того, що цей капітал повинен мати грошову оцінку, в якій можна було б узагальнювати даний вид капіталу та порівнювати з іншими видами капіталу; 5) не відображено шляхи його відтворення та роль на підприємстві тощо.

Враховуючи зазначене вище, інтелектуальний капітал пропонується визначати як все те, що не можна віднести до інших видів капіталів, а саме, сукупність працівників підприємства, які згідно трудового договору надають підприємству у довгострокове або короткострокове використання свої фізичні та духовні здібності з наміром отримати від цього особисті вигоди; суспільні, економічні взаємовідносини (внутрішні та зовнішні); інші види відносин серед яких відносини з приводу формування, відтворення інтелектуального капіталу, та відносини з контрагентами; а також всі нематеріальні активи (власного створення, чи отримані з зовні). На погляд автора, даний капітал може, як знецінювати, так і збільшувати вартість підприємства, а також повинен мати вартісну оцінку, окрім відносин з оплати праці за виконану роботу і відносини з контрагентами з приводу обороту готової продукції, товарів, виконаних робіт, наданих послуг. Запропоноване визначення дає більш чітке розуміння, що включає в себе інтелектуальний капітал та що він собою являє.

Що стосується підходів до класифікації інтелектуального капіталу, слід відмітити погляд В.М. Дибби [2], який запропонував наступний підхід: 1) людський капітал до якого належать особисті не майнові права інтелектуальної власності, людські знання, вміння тощо; 2) інтелектуальна власність (нематеріальні активи); 3) маркетингові активи. У свою чергу Ю.О. Бистрова [4] пропонує наступну класифікацію: 1) людський капітал; 2) капітал відносин; 3) структурний капітал. Зазначені підходи до класифікації видаються дискусійними, оскільки вони не в повній мірі розкривають всі складові даного капіталу. Враховуючи результати проведеного дослідження у табл. 1 наочно представлено авторський підхід до класифікації інтелектуального капіталу.

Таблиця 1 - Рекомендована класифікація інтелектуального капіталу

№ з./п.	Класифікаційна ознака	Групи, що виділяються за класифікаційною ознакою
1	2	3
1.	За складовими інтелектуального капіталу	Людські активи (знання, вміння, навички індивіда, тощо)
		Контрагентські активи (всі відносини, їх міцність, тривалість з контрагентами)
		Управлінські активи (організація управлінського процесу та відносин)
		Нематеріальні активи (результат діяльності перших трьох видів активів)

Закінчення таблиці 1

1	2	3
2.	За способом нарахування амортизації	Активи на які не здійснюється нарахування амортизації — наприклад залучення працівників на короткий термін роботи для виконання певної роботи, права постійного користування земельною ділянкою, тощо Активи на які здійснюється нарахування амортизації, які визначені в П(С)БО – 8 «Нематеріальні активи»
3.	За терміном експлуатації	Оперативні (до 1 року), певні відносини, активи, які виникають раз на рік або тривають протягом терміну, що не перевищує рік. (контракти на отримання послуг, тощо) Середньострокові (від 1 до 5 років), певні активи, відносини, які виникають тривають від 1 до 5 років Довгострокові (від 5 і більше років)
4.	За обсягами та термінами здійснення витрат	Без витратні, переважно короткострокові, які не потребують витрат на створення чи використання Мало витратні-оперативні, здійснюються в звітному періоді Середньо витратні-оперативні, потребують середніх витрат протягом року Середньо витратні-довгострокові, потребують середніх витрат терміном більше одного року Капітальні витрати, значні витрати на довгий період
5.	За необхідністю і термінами переоцінки	Не потребують переоцінки, активи, які протягом певного періоду мають відносно стабільну вартість Переоцінюються раз в рік перед складанням балансу Переоцінюються в період, що перевищує рік, переважно для людського капіталу
6.	За джерелом утворення	Створені власними силами Залучені із сторони у повну власність Залучені із сторони у часткову власність Оперативна оренда Фінансова оренда
7.	За рівнем легальності	Легальний, відображаються в обліку всі наявні активи відповідно до законів Нелегальний, приховування, не повне відображення інтелектуальних активів або їх використання порушує чинне законодавство
8.	За методом оцінки	Витратний — сума витрат зроблених на створення, утримання активів Дохідний — можливі, прораховані доходи, які можна отримати від їх утримання Ринковий — залежить від попиту та пропозиції на дані активи Змішаний — враховуються три фактори
9.	За ризикованістю	Низько ризикований, переважно короткострокові активи Середньо ризикований є не надто ризикований Дуже ризикований (працівники, які потребують значних витрат, довгий строк їх створення, але можуть не принести доходу)

☒ — Запропоновано автором на основі [4].

☐ — Запропоновано автором на основі [1].

☐ — Запропоновано автором.

На погляд автора, класифікація інтелектуального капіталу за представленими у табл. 1 ознаками сприятиме ефективності організації його обліку.

Список літератури:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи». [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>.

2. *Дибя В.М.* Інтелектуальний капітал: структура і облік. Формування ринкової економіки. Збірник наукових праць. Регіональний розвиток України: проблеми перспективи. Київ, КНЕУ, 2011. Спец. Вип. у 2-х ч. Ч. 2. С. 539-548.

3. *Курило І.О.* Інтелектуальний капітал, його роль і особливості відтворення в умовах інноваційного економічного розвитку. Формування ринкової економіки. Збірник наукових праць. Управління людськими ресурсами: проблеми теорії та практики. Том 1. Сучасні технології управління людськими ресурсами. Київ, КНЕУ, 2005. Спец. Вип.: до 100-річчя КНЕУ та 40-річчя кафедри управління персоналом. С.270-273.

4. *Бистрова Ю.О.* Учет и оценка интеллектуального капитала в условиях становления постиндустриальной учетной системы: автореф. дис.... канд. экон. наук: 08.00.12 / Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова. Москва, 2014. 13 с.

5. *Эдвинссон Л., Мэлоун М.* Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/page_1429.html.

6. *Смит А.* Исследования о природе и причинах богатства народов / ред. В. Незнанова; вступ. ст. В.С. Афанасьева; пер. с англ. Москва, 1962. 684 с.

СИРО'МЯТНИКОВА О.В., ст. викладач, НТУ «ХП»

МАРТИМ'ЯНОВА Ю.О., студентка, м. Харків, НТУ «ХП»

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАПОРУКА ЙОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Одна з головних проблем, що виникає перед торговельними підприємствами в сучасних умовах, – пошук механізмів адаптації до мінливих умов господарювання, які забезпечать стабільність, ефективність їх функціонування, високий рівень конкурентоспроможності та стійкий розвиток. Діяльність торговельних підприємств є чутливою до постійного зростання нестабільності зовнішнього середовища, яке призводить до появи дестабілізуючих факторів. Таким чином, формування теоретико-методичних основ та практичних рекомендацій щодо управління фінансовою стійкістю підприємств торгівлі дозволить своєчасно виявляти проблеми та перспективи подальшого розвитку. Процесу торговельної діяльності, в цілому, властива невизначеність, бо неможливо з високим рівнем впевненості спрогнозувати напрямки розвитку ринкових тенденцій, які мають безпосередній вплив на стійке функціонування підприємств.

В загальному розумінні економічна стійкість характеризує здатність системи до саморегулювання під дією зворотних зв'язків, тобто цільову рівновагу системи, що задана метою її створення та функціонування[1]. Стійкість функціонування торговельного підприємства обумовлена, перш за все, тим, що підприємство займає ринкову нішу, яка дозволяє йому реалізовувати конкурентоспроможні товари, на які буде присутній платоспроможний попит в довгостроковій перспективі.

Слід відзначити, що протягом тривалого періоду управління фінансовою стійкістю підприємства базувалося на розгляді оптимальної структури капіталу, в залежності від джерел його залучення. На сучасному етапі розвитку економічної думки управління фінансовою стійкістю підприємства значно розширило перелік факторів, що розглядаються, тому що неможливо вирішити проблеми фінансової

стійкості підприємства, не приділяючи уваги питанням оптимізації складу активів та структури грошових потоків, врахування фінансових ризиків, оптимізації співвідношення рівня доходності і ризику та ін. Високого рівня фінансової стійкості підприємства торгівлі в процесі його функціонування та розвитку можливо забезпечити формуванням оптимальної структури джерел фінансування та активів, достатніх обсягів грошових ресурсів; підтриманням рівня платоспроможності та кредитоспроможності, забезпеченням оптимальної структури грошових потоків.

Специфіка функціонування торговельних підприємств визначає методологічні принципи управління їх фінансовою стійкістю, на яку негативно впливають значний обсяг кредитних ресурсів, необхідний для забезпечення поточної діяльності, та, як наслідок, низький рівень забезпеченості власними оборотними коштами.

Специфіка операційної діяльності також може негативно впливати на його фінансову стійкість, за рахунок того, що виникає різниця в часі потреба в оборотних активах і кредитних ресурсах, що обумовлено розбіжністю у часі, яка виникає між витратами на закупку товарів та отриманням виручки від їх реалізації. Структура балансу торговельного підприємства також має відмінності від виробничого – зазвичай маємо значний обсяг оборотних активів, більшість з яких вкладена у товарні запаси, які швидко обертаються, та незначну частку необоротних активів; структура капіталу, відповідно, має значну частку короткострокового позикового капіталу. Зважаючи на вищезначене, вважаємо, що передумовою зменшення фінансової стійкості підприємств торгівлі є втрата ліквідності активів через різницю у строках та сумах надходжень за реалізовані товари і погашення поточних зобов'язань.

Список літератури:

1. Манойленко О.В. Теоретичні аспекти визначення стійкості соціально-економічних систем / О.В. Манойленко, О.В. Сиром'ятникова // Бізнес Інформ. – 2015. – №12. – С. 8–14.

СИРОМ'ЯТНИКОВА О.В., ст. викладач, НТУ «ХП»

ФЕДОРЧЕНКО Г.В., студентка, м. Харків, НТУ «ХП»

НЕОБОРОТНІ АКТИВИ ПІДПРИЄМСТВА: ЕФЕКТИВНІСТЬ ЇХ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ

В нестабільних умовах зовнішнього середовища, яке притаманне нинішньому етапу функціонування української економіки, для успішної роботи підприємства однією з найважливіших умов є ефективне використання наявних активів. Саме ефективне використання ресурсів забезпечує інтеграцію економічних процесів на підприємстві, підсилює його адаптивність і конкурентоспроможність.

Здійснення виробничо-господарської діяльності передбачає наявність певної матеріально-технічної бази, необхідної для виробництва, транспортування, зберігання і

реалізації продукції. Ефективність використання засобів праці безпосередньо впливає на фінансовий результат діяльності підприємства. Від того, яким чином відбувалося на початку діяльності підприємства їх формування, які зміни виникли в їх структурі та якісних характеристиках, наскільки ефективно відбувається їх використання у виробничо-господарській діяльності та відтворення, залежить успішність функціонування підприємства в короткостроковій та довгостроковій перспективі.

Оцінка ефективності використання необоротних активів полягає у визначенні їх впливу на формування ресурсів і фінансові результати роботи підприємства. Проте, отримання позитивного результату діяльності не завжди вказує на високу ефективність використання необоротних активів. Досить часто підприємство має змогу покращити свої економічні результати за рахунок більш ефективного використання власних ресурсів.

Необоротні активи формуються для здійснення виробничо-господарської діяльності найчастіше за рахунок власного капіталу та капіталу, залученого на довгостроковій основі, і залежать від обсягів і номенклатури продукції, що випускається підприємством, складу і структури основних виробничих фондів, технологій, що застосовуються, та характеризують величину його економічного потенціалу. Використання поточних зобов'язань для фінансування необоротних активів є ознакою фінансових проблем підприємства.

Від того, наскільки цілеспрямовано формуються необоротні активи у вигляді певної кількості матеріальних ресурсів, наскільки вони відповідають функціональній спрямованості виробничо-господарської діяльності підприємства, залежить ефективність його роботи. Таким чином, першочерговим завданням будь-якого підприємства являється раціональне, економічно доцільне використання необоротних активів та своєчасне фінансове забезпечення їх відтворення. Як наслідок, метою управління необоротними активами є підвищення ефективності використання необоротних активів, що дасть можливість оптимізувати їх кількість на достатньому рівні, тим самим зменшити обсяг їх фінансування, а також забезпечити функціонування та розвиток підприємства.

Стан необоротних активів підприємства та ефективність їх використання передбачає розрахунок таких основних показників – показники забезпеченості необоротними активами (фондомісткість, фондоозброєність, коефіцієнт вартості основних засобів у активах підприємства); показники стану і руху (коефіцієнти зносу і придатності, коефіцієнт оновлення; коефіцієнт вибуття; коефіцієнт приросту); показники ефективності використання необоротних активів (фондовіддача; рентабельність основних засобів; інтегральний показник економічної ефективності використання основних засобів). За допомогою оцінковищеозначених показників можливо зробити висновок щодо проблем на підприємстві, які мають негативний вплив на ефективність використання необоротних активів. Крім цього, також необхідно скоротити час простоїв обладнання шляхом передання їх в оренду; забезпечити збільшення продуктивності праці порівняно із зростанням її фондоозброєності; впроваджувати досягнення науково-технічного прогресу та новітні технології; використовувати більш гнучку амортизаційну політику, тощо.

СИРО'МЯТНИКОВА О.В., ст. викладач, НТУ «ХПІ»
ХУХРЯНСЬКА В.В., студентка, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В сучасних умовах господарювання, що характеризуються загостренням кризових явищ, виникає потреба в активізації виробничо-господарської діяльності промислових підприємств та пошуку інструментів, які б виступили запорукою їх сталого розвитку. Прибуток є одним з таких інструментів, він являється основним джерелом зростання власних фінансових ресурсів, які необхідні для забезпечення ефективного функціонування та розвитку підприємств реального сектору економіки.

Слід відзначити, що останнім часом прибуток вже не виступає основним мотивом виробництва. Сучасний стан економіки та суспільства визначає нові пріоритети: зростання ринкової вартості суб'єкта господарювання, збереження ринків збуту, захист і турбота про акціонерів і суспільство, тощо. За таких умов прибуток виступає засобом, а не метою, що свідчить про зміну його функцій [1].

В останні роки спостерігається зниження ефективності діяльності підприємств та, як наслідок, їх можливості щодо наповнення доходів бюджету, в результаті недосконалого управління процесами формування та використання прибутку. Такий стан проблеми зумовлює необхідність удосконалення системи формування та використання прибутку, яка передбачала б максимальне використання виробничого та маркетингового потенціалу підприємств, зростання рівня їх конкурентоспроможності.

Прибуток підприємства представляє собою частину доданої вартості суспільного продукту, що формується в процесі виробничо-господарської діяльності, з метою забезпечення розширеного відтворення спожитих ресурсів і задоволення широкого спектра суспільних потреб [2].

Процес формування та використання прибутку підприємства (за виключенням питань оподаткування) знаходиться поза сферою контролю держави, що негативно впливає на фінансовий стан значної частини підприємств та економіки країни в цілому. Це зумовлює необхідність суттєвих змін у питаннях формування та використання прибутку для забезпечення фінансової стійкості та безпеки підприємств.

Використання прибутку представляє собою взаємопов'язані явища, що відображають дві стадії процесу відтворення – розподіл та споживання. Реалізація цих процесів на практиці повинна сприяти поліпшенню фінансового стану не тільки суб'єктів господарювання, а і держави. Практичне використання прибутку не повинно суперечити його економічній природі, інакше прибуток перетворюється на збиток. В реальному секторі економіки останнім часом при загальному зростанні кількості суб'єктів господарювання має місце зменшення позитивних фінансових результатів. Майже за всіма видами економічної діяльності

спостерігається переважання збитків над прибутками, за винятком сільського господарства, яке показує стійкі позитивні результати [3].

В кризових умовах при скороченні виробництва та доходів від реалізації основним фактором отримання прибутку стає економія витрат, до якої вдаються в усіх країнах як суб'єкти господарювання, так і органи влади, чого в Україні не вдається досягнути третині суб'єктів господарювання, що підтверджує необхідність зміни правил економічної поведінки. Зважаючи на стан проблеми, було б доречним з боку держави розробити, з урахуванням інтересів усіх учасників економічного процесу, правила економічної поведінки суб'єктів господарювання як у частині формування, так і використання прибутку, та контролювати їх реалізацію на практиці [2].

Список літератури:

1. *Бабич М.С.* Максимізація прибутку підприємства та його роль у процесі відтворення / *М.С. Бабич* // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – № 2, т. 1. – С. 22-25.
2. *Підгірна В.С.* Формування та використання прибутку суб'єктів господарювання в умовах відкритої економіки України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.08 "Гроші, фінанси і кредит" / *Підгірна Віра Святославівна* – Львів, 2016. – 21 с.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>

ТКАЧУК М.В., студентка, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

КОМПЛЕКСНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ: СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ

Сьогодні економічний аналіз є невід'ємним елементом у діяльності підприємств, оскільки дозволяє досліджувати їх функціонування, спрогнозувати розвиток у майбутньому, розкрити резерви виробництва, виявити напрямки підвищення ефективності діяльності для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Головним об'єктом внутрішнього й зовнішнього економічного аналізу є будь-який суб'єкт господарювання та його структурні підрозділи. Суб'єкт господарювання є складною соціально-економічною системою з багатоаспектною господарською діяльністю та різноманітними зовнішніми та внутрішніми економічними зв'язками.

Загалом, для підвищення ефективності функціонування підприємств необхідно забезпечувати комплексність аналізу. У ході комплексного економічного аналізу проводиться порівняння досягнутих результатів діяльності з даними за минулі періоди, із показниками інших підприємств та середньогалузевими показниками; визначається вплив різноманітних факторів на результати господарської діяльності; виявляються недоліки, помилки, невикористані можливості, перспективи тощо. Комплексність дослідження передбачає охоплення всіх ланок і всіх сторін діяльності та всебічного вивчення причинних залежностей в економіці підприємства.

Отже, комплексний аналіз – це всебічне дослідження економіки підприємств на

основі вивчення системи економічних показників з урахуванням чинників, що впливають на результати діяльності підприємства[1].

Сутність комплексного, системного підходу в економічному аналізі діяльності підприємства полягає в тому, що у взаємозв'язку та взаємозумовленості досліджуються й оцінюються:показники роботи кожного структурного підрозділу підприємства: цеху, представництва, ділянки, філії, підрозділу виробництва;загальні результати діяльності підприємства та внесок і вплив на їхнє формування кожного його структурного підрозділу; усі види діяльності підприємства;соціальна сфера підприємства та його екологічний стан;рейтинг конкретного підприємства та його місце в системі більш високого рівня управління.

Під методикою взагалі розуміється сукупність засобів і правил найбільш доцільного виконання певної роботи. Варто розрізняти загальну і специфічну методики. Загальна методика – це система досліджень.. Специфічна методика конкретизує загальну відносно до визначених галузей економіки.

Методика комплексного економічного аналізу повинна містити такі основні елементи: визначення об'єктів аналізу; формулювання цілей і задач аналізу;визначення системи показників для досягнення цілей і задач;схема і послідовність проведення аналітичного проведення дослідження;періодичність і терміни проведення аналізу; джерела інформації, на підставі яких проводиться аналіз й опрацювання;засоби і методи аналізу економічної інформації досліджуваних об'єктів;етапи проведення аналізу і розподіл обов'язків між службами підприємства і конкретними особами;технічні засоби, використовувані для аналітичного опрацювання інформації;порядок оформлення результатів аналізу і їхньої оцінки[2].

Розглянемо один із найважливіших елементів методики – послідовність виконання аналітичної роботи. В процесі виконання комплексного аналізу виділяються певні етапи.

На першому етапі, об'єкт комплексного, системного аналізу надається як система, яка має конкретну мету та завдання.На другому етапі здійснюється обґрунтування системи показників. На третьому етапі створюються: інформаційна модель системи з визначенням її підсистем, їхніх функцій та прямих і зворотних зв'язків між підсистемами. На четвертому етапі досліджуються взаємозв'язки між господарськими явищами та фактори.На п'ятому етапі комплексного, системного економічного аналізу вводяться, конкретні дані про роботу об'єкта. На шостому етапі ведеться робота з утвореною інформаційною моделлю системи, яка призначена для оцінки діяльності підприємства як системи, для виявлення та оцінки резервів підвищення ефективності його діяльності. На сьомому, завершальному, етапі здійснюються: узагальнення результатів економічного аналізу; оцінка внеску структурних підрозділів металургійного підприємства в загальні результати його діяльності; документальне оформлення та підготовка[3].

Особливістю економічного аналізу і його методу є використання системи

показників, що дає змогу комплексно досліджувати господарську діяльність підприємства.

Таким чином, комплексний, системний економічний аналіз повинен охоплювати всі види економічного аналізу та проводитися своєчасно й оперативно, що вимагає використання сучасної комп'ютерної електронно-обчислювальної техніки та програмного забезпечення аналітичної роботи.

Список літератури:

1. *Петрицька О.С.* Економічний аналіз: перспективи розвитку / *О.С. Петрицька* // Проблеми і перспективи економіки та управління. Теоретичні проблеми розвитку національної економіки. – 2015. – № 3 (3) – С. 67–71.
2. *Черниш С.С.* Огляд методик аналізу інвестиційної привабливості підприємства / *С.С. Черниш* // Інноваційна економіка. – 2013. – № 5 – С. 87–92.
3. *Лысенко Д.В.* Теория экономического анализа // Аудит и финансовый анализ – 2007 -№2 – С. 15–17.

СИРО'МЯТНИКОВА О.В., ст. викладач, НТУ «ХП»

ЩИКОВСЬКА В.І., студентка, м. Харків, НТУ «ХП»

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сільськогосподарські підприємства, які провадять господарську діяльність на території України, прагнуть отримати позитивний фінансовий результат, оскільки прибуток є запорукою розширеного відтворення, стійкого функціонування та розвитку. Фінансові результати діяльності характеризують економічну ефективність виробництва, а прибуток є узагальнюючим показником фінансово-господарської діяльності.

Визначення фінансових результатів діяльності сільськогосподарських підприємств перш за все залежить від методології їх формування і обліку. Особливості їх виробничої діяльності безпосередньо впливають на бухгалтерський облік фінансових результатів, що обумовлено наявністю специфічних видів доходів і витрат, нерівномірністю отримання доходів. Як наслідок, проблема забезпечення достовірності обліку фінансових результатів діяльності сільськогосподарських підприємств є актуальною.

Формування доходів і витрат має свої специфічні особливості в залежності від галузевої приналежності сільськогосподарського підприємства. Так, основні особливості бухгалтерського обліку на підприємствах, що займаються рослинництвом, які впливають на розвиток обліку доходів, витрат і фінансових результатів, полягають у тому, що[1]:

- Основним засобом виробництва в рослинництві є земля. Саме тому в процесі виробничої діяльності необхідно забезпечити достовірний облік наявних земельних угідь, а також облік вкладень, спрямованих на їх розширення (освоєння

нових земель для посіву сільськогосподарських культур) та підвищення їх якості (родючості). Зважаючи на те, що земля є природним елементом, існує ризик негативного впливу зовнішнього середовища, що можуть спричинити незаплановані витрати (ліквідація наслідків екологічних проблем у регіоні, боротьба зі шкідниками та ін.).

- Специфічні особливості бухгалтерського обліку доходів, витрат і фінансових результатів сільськогосподарських підприємств обумовлена галузевою спрямованістю, яка визначає характер і зміст господарських процесів (в рослинництві – посів, полив, обробка добривами, збір врожаю).

- Кліматичні особливості регіону визначають сезонність та обсяг виробництва сільськогосподарських культур, а також розмір та склад витрат (додаткові витрати на зрошення земель, підвищення їх родючості та ін.).

- Бухгалтерський облік доходів, витрат та фінансових результатів ускладнений тим, що формування витрат відбувається в одному звітному періоді, а отримання доходів – в іншому (озимі зернові культури). Це вимагає розмежування обліку витрат за виробничими циклами, що не збігаються з календарним роком. При цьому дохід може бути значно меншим від запланованого внаслідок неочікуваних подій – темпів інфляції; раптової загибелі врожаю; зниження ринкової ціни, обумовленої надмірною пропозицією в результаті врожайного року; і підприємство отримує збиток.

- Від однієї культури можна отримати кілька видів продукції, що вимагає розмежування доходів і витрат по кожному господарському процесу. При цьому, частина продукції надходить у внутрішній оборот для подальшої переробки (на насіння, корм худобі), тому в кожному етапі просування продукції власного виробництва також необхідно проводити розмежування доходів і витрат.

- Готова продукція рослинництва частково використовується на підприємстві для відтворення. Фактична собівартість продукції рослинництва може бути розрахована тільки в кінці року, тому протягом року облік необхідно вести за плановою собівартістю.

Список літератури:

1. Зайнуллина С.Ф. Особенности учета и контроля доходов и расходов, финансовых результатов в сельском хозяйстве / С.Ф.Зайнуллина // Молодой ученый. – 2015. – №8. – С. 528-532.

АРХИПОВА К.С., студент, НТУ «ХП»

ЧИЖИК А.К., студент, НТУ «ХП»

НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах запровадження ринкових відносин досить важливим є той факт, що

рівень ефективності діяльності будь-якого підприємства характеризують фінансові результати, одержані внаслідок господарювання, якими можуть бути як прибутки, так і збитки. Фінансовий результат – це інтегрований показник, який формується в процесі порівняння доходів від реалізованих об’єктів діяльності підприємства і витрат на їх створення.

Система нормативного регулювання організації обліку доходів і результатів діяльності в Україні представлена чотирма рівнями, кожен з яких охоплює наступні документи:

- перший рівень – документи, що регулюють порядок ведення бухгалтерського обліку, складання та подання бухгалтерської звітності юридичними особами (загальні положення Закону);
- другий рівень – План рахунків і положення (стандарт) бухгалтерського обліку, що встановлюють правила і способи ведення обліку господарських операцій, складання та подання бухгалтерської звітності;
- третій рівень – нормативні акти і методичні вказівки (інструкції, листи, рекомендації) з питань бухгалтерського обліку, що розробляються МФУ та іншими органами;
- четвертий рівень – робочі документи, що формулюють облікову політику підприємства (робочий план бухгалтерського обліку, графік документообігу тощо).

Основні джерела нормативної бази за досліджуваним питанням представлені в табл. 1.

Таблиця 1. – Огляд нормативно-правової бази з питань обліку доходів, витрат та фінансового результату підприємства

Нормативний документ, ким і коли виданий	Короткий зміст
1	2
Податковий кодекс (№2755-VI від 2.12.2010 р.)	Регулює відносини, що виникають у сфері справляння податку на прибуток, порядок його адміністрування, ставку податку, платників податку. їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення
Національне П(С)БО1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» (наказ Міністерства № 73 7.02.13 р.)	Визначає класифікацію доходів, момент їх визнання та оцінку, а також зміст і форму звітності, загальні вимоги до розкриття його статей
Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» (наказ Міністерства фінансів України №290 від 29.11.99 р.)	Визначає класифікацію доходів, методологічні засади формування в бухгалтерського обліку інформації про дохід підприємства, а також розкриття інформації про них у звітності
Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 17 «Податок на прибуток» (наказ Міністерства фінансів України № 353 від 28.12.2000 р.)	Визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про податок на прибуток підприємства, відстрочені податкові активи та відстрочені податкові зобов'язання, а також розкриття інформації про них у фінансовій звітності (ф. 1 Баланс)

Закінчення таблиці 1

1	2
Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 35 «Податкові різниці» (наказ міністерства фінансів України від 225.01.11 р. № 27)	Визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про податкові різниці і відображення їх у фінансовій звітності - Звіті про фінансові результати

Список літератури:

1. *Побережна Н.М.* Шляхи підвищення платоспроможності та ліквідності сучасного промислового підприємства / *Н.М. Побережна, О.О. Цапун* // Наукові дослідження розвитку світової економіки: пропозиції, теорії : зб. наук. пр. з актуальних проблем екон. наук. – Дніпропетровськ : ВД «Гельветика», 2015. – Ч. 2. – С. 72-76.
2. *Стригуль Л.С.* Актуальні проблеми системного підходу до організації обліку доходів, витрат і фінансових результатів діяльності підприємств / *Л.С. Стригуль, В.П. Остапенко* // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2014. – № 37 (1080). – С. 116-120.

ФАЛЬЧЕНКО О.О., канд. екон. наук, доцент НТУ «ХПІ»

ПЕТРИК Л.О., студент НТУ «ХПІ»

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Тема організації обліку фінансових результатів діяльності підприємства є завжди актуальною і постійно обговорюється науковцями та практиками у сфері економіки та управління підприємством.

Для прийняття ефективних управлінських рішень необхідна достовірна інформація про результати діяльності, сформована з урахуванням специфіки господарювання підприємств та їх організаційної структури.

Актуальним в умовах реформування бухгалтерського обліку фінансовий результат діяльності – це найважливіший показник, що цікавить всіх користувачів облікової інформації, оскільки фінансовий результат є основним показником, який характеризують ефективність роботи підприємства. Фінансові результати суб'єктів господарювання відображають ефективність господарювання підприємства за всіма напрямками його діяльності, становлять основу економічного розвитку підприємства і зміцнення його фінансових відносин. Зростання фінансового результату створює фінансову основу для самофінансування діяльності підприємства, здійснюючи розширене відтворення.

Основним фінансовим результатом підприємства є його прибуток. Прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного удосконалення його матеріальної бази і продукції, всіх форм інвестування. кожне підприємство прагне до максимізації своїх фінансових результатів. Це у свою чергу обумовлює необхідність правильної організації обліку фінансових результатів, проведення для них якісного аналізу з метою виявлення для них резервів зростання у майбутньому.

Зростання прибутку створює фінансову основу для здійснення господарської діяльності та задоволення соціальних та матеріальних потреб керівників та працівників. Тому організація обліку та достовірність визначення фінансового результату є одним із найважливіших завдань бухгалтерського обліку.

При організації обліку фінансових результатів важно виділити наступні етапи:

- організація правильного відображення доходів;
- організація обліку витрат діяльності;
- організація калькулювання собівартості продукції;
- аналіз і контроль за виконанням плану собівартості;
- організація фінансового планування;
- удосконалення реєстрів обліку фінансових результатів від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) для обліку фінансових результатів діяльності;
- впровадження системи показників, за допомогою яких здійснюється аналіз фінансових результатів.

Для раціональної організації обліку фінансових результатів необхідно здійснити чітку класифікацію доходів і витрат, так як вони є головними складовими саме фінансового результату підприємств.

Для того, щоб облік фінансових результатів був максимально ефективним, кожне підприємство повинне приділити велику увагу організації документообігу на підприємстві та розробити власний робочий план рахунків для полегшення організації синтетичного та аналітичного обліку фінансових результатів.

Список літератури:

1. *Артеменко О.І.* Особливості формування фінансових результатів / *О.І.Артеменко* // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Збірник наукових праць. Серія Технічний прогрес і ефективність виробництва, Х: НТУ «ХПІ», 2015. - № 26

ЦІРУК К.А., студент, ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»

ВИЗНАЧЕННЯ ДОХОДІВ ЗА П(С)БО 15 ТА МСБО 18: ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Питання гармонізації національних та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку є однією з найбільш актуальних проблем в умовах посилення інтеграційних та глобалізаційних процесів в Україні. Критичний аналіз економічної літератури свідчить про приділення суттєвої уваги даному питанню такими науковцями, як Гонтаренко Т. О. [6], Гуріна Н. В. [7], Кореновська Т. О. [10], Леженко Л. І. [8], Ніколаєва В. П. [9], Потриваєва Н. В. [10], Хілл Б. [5], Чечуй А. В. [11], Шамборська М. А. [8]. Проте, враховуючи цінність отриманих зазначеними економістами результатів, більш глибокого дослідження потребує питання гармонізації підходів до обліку доходів підприємницької діяльності за національними та міжнародними стандартами.

В Україні П(С)БО 15 «Дохід» та НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» – є базою для формування інформації про доходи. У Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» зазначено, що П(С)БО безпосередньо ґрунтуються на МСБО, а точніше не суперечать міжнародним стандартам [1]. Це свідчить про те, що майже кожному П(С)БО відповідає певне МСБО та МСФЗ. Зокрема, П(С)БО 15 «Дохід» відповідає МСБО 18 «Дохід».

Згідно з МСБО 18 «Дохід», доходом визнається валове надходження економічних вигод протягом певного періоду, що виникає в ході звичайної діяльності суб'єкта господарювання, коли власний капітал зростає внаслідок цього надходження, а не внаслідок внесків учасників капіталу [2].

Аналіз цього визначення у Національних положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку є доволі цікавим. Дохід, згідно із П(С)БО 15 «Дохід», визнається під час збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (крім внеску учасників) за умови, якщо оцінка доходу може бути достовірно визначена [4].

Перевагою другого визначення є відображення доходу як збільшення капіталу підприємства з одночасним відмежуванням від внесків власників майна. Проте тлумачення доходу, як збільшення економічних вигод у формі надходження активів або зменшення зобов'язань, можна піддати критиці, адже це не завжди буде характеризувати момент одержання доходу.

Визначення поняття «дохід» за МСФЗ не враховує збільшення активу та зменшення зобов'язань, а лише розглядає зростання власного капіталу. Це впливає на методику облікового відображення господарських операцій.

Порівнюючи основні положення цих стандартів, є змога визначити, що структура МСБО 18 значно ширша, ніж П(С)БО 15 та звертається увага на відмінності у їх змісті. Так у П(С)БО 15 саме поняття доходу не розглядається, при цьому воно наявне у НП(С)БО 1, згідно з яким доходи – збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників) [3]. Тобто дохід включає й виручку підприємства, й інші доходи.

Таким чином, МСБО 18 регулює порядок обліку доходів, що виникають тільки в ході звичайної діяльності суб'єкта господарювання, в той час, як до сфери регулювання українського П(С)БО 15 відносяться також інші доходи. Отже, класифікація видів діяльності, за якими визнається дохід, у П(С)БО 15 ширша.

Спільно доходами не визнаються: сума податку на додану вартість, акцизів, інших податків і обов'язкових платежів, що підлягають перерахуванню до бюджету й позабюджетних фондів; сума надходжень за договором комісії; надходження, що належать іншим особам [3, 4].

У П(С)БО 15 «Дохід» додатково не визначаються також: сума попередньої оплати продукції (товарів, робіт, послуг); сума завдатку під заставу або в погашення

позики, якщо це передбачено відповідним договором; надходження від первинного розміщення цінних паперів [4]. Ці суми зменшують фінансовий результат, тому така відмінність буде призводити до того, що сума фінансового результату відрізнятиметься.

Аналогічно вітчизняній практиці, за МСБО 18 доходом вважаються тільки валові надходження економічних вигод, отриманих і підлягають отриманню підприємством на його рахунок. Суми, отримані від імені третьої сторони, не є одержуваними підприємством економічними вигодами і не ведуть до збільшення капіталу. Тому вони виключаються з доходу [2].

Критерії визнання доходу від реалізації товарів, надання послуг і використання активів підприємства третіми сторонами також тотожні.

Передбачені за МСБО випадки визнання доходу враховують не лише перехід права власності, але і суттєві ризики та переваги володіння активом. Особлива увага при цьому приділяється моменту переходу ризиків і вигод. Це має значення, коли момент переходу права власності і момент переходу ризиків і вигод не збігаються. У разі якщо ризики і вигоди значні, визнання доходу не відбувається до тих пір, поки не відбудеться перехід цих ризиків і вигод. Виходячи з цього, в окремих випадках фінансовий результат, визначений за П(С)БО, буде враховувати ті доходи, які не включають у загальний фінансовий результат за МСБО.

Варто наголосити ще на одній важливій відмінності – розкриття інформації щодо доходів. Якщо П(С)БО вимагає розкривати всі категорії доходів незалежно від ступеня їх суттєвості, то в цей час за МСБО суб'єкт господарювання повинен розкривати кожен істотну категорію доходу.

Таким чином можна сказати, що П(С)БО 15 «Дохід» та МСБО 18 «Дохід» мають досить багато спільних рис, а саме: визнання доходів, оцінка та їх відображення, які трактуються подібно в обох стандартах. Однак, був висвітлений і ряд відмінностей в аспекті класифікації та об'єму висвітлення деяких із питань. Тому можна зробити висновок, що національний стандарт містить в собі особливості українського обліку, а міжнародний – конкретизовані положення, що накопичили в собі досвід різних країн. Варто також відзначити, що перед Україною постає вибір: прийняти МСФЗ як національні стандарти, розробити національні на основі міжнародних або ж автономно створити повністю нові вітчизняні стандарти.

Список літератури:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999р. № 996-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 18 «Дохід» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_025.
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» Наказ Мінфіну України від 28.02.13 № 336 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід»: Наказ Мінфіну України від 29.11.1999р. № 290 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>.
5. Хілл Б. Порівняння національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку України з

міжнародними стандартами бухгалтерського обліку: програма фінансового навчання / Б. Хілл// К: Проект USAID «Розвиток ринків капіталу», 2010. – 37с.

6. Гонтаренко Т.О. Розкриття інформації з обліку доходів в умовах трансформації звітності згідно з міжнародними стандартами фінансової звітності [Електронний ресурс] / Т.О. Гонтаренко // Научний вестник ДГМА. – 2016. – №1 (19Е). – С. 158–163.– Режим доступу до ресурсу: [http://www.dgma.donetsk.ua/science_public/science_vesnik/%E2%84%961\(19%D0%95\)_2016/article/23.pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/science_public/science_vesnik/%E2%84%961(19%D0%95)_2016/article/23.pdf).

7. Гуріна Н.В. Економічна сутність доходів та їх класифікація: проблеми та шляхи вирішення [Електронний ресурс] / Н.В. Гуріна // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 12. – с. 203–205. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_12/51.pdf.

8. Леженко Л.І. Особливості визнання та оцінки доходу від операційної діяльності за П(С)БО та МСФЗ [Електронний ресурс] / Л.І. Леженко, М.А. Шамборська // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. – 2016. – №5 (47). – С. 196–201. – Режим доступу до ресурсу: http://visnyk-onu.od.ua/journal/2016_21_5/43.pdf.

9. Николаєва В.П. Економічна сутність і зміст категорії «Дохід підприємства» [Електронний ресурс] / В.П. Николаєва // НУХТ. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://magazine.faaf.org.ua/ekonomichna-sutnist-i-zmist-kategorii-dohid-pidpriemstva.html>.

10. Потриваєва Н.В. Нормативно-правові особливості облікового забезпечення витрат та доходів діяльності підприємств / Н.В. Потриваєва, Т.О. Кореновська // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2016. – №1. – С. 9–18.

11. Чечуй А.В. Удосконалення обліку доходів в умовах МСФЗ [Електронний ресурс] / А.В. Чечуй // КНУ. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.sworld.com.ua/konferu5/87.pdf>.

СЕКЦІЯ 4 - ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

ГРИНЬ А.В., студент НТУ «ХП»

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ. ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Применение современных прогрессивных технологий и схем торгового обслуживания покупателей имеет серьезнейшее значение в социально-экономическом плане. В данной работе рассмотрена экономическая сущность инновационных процессов, роль инновационной деятельности в экономике, рассмотрены показатели для оценки эффективности инновационных проектов. Затрагивается изучение теоретических и методологических основ оценки инновационной деятельности предприятий. Научно-технический прогресс, признанный во всем мире в качестве важнейшего фактора экономического развития, все чаще переплетается с понятием инновационного процесса. Это единственный в своем роде процесс, объединяющий науку, технику, экономику, предпринимательство и управление. Данная работа посвящена актуальной проблеме инновационного развития предприятия, а именно вопросам разработки методики оценки инновационной деятельности с точки зрения восприятия предприятием технологических нововведений.

На сегодняшний день инновации являются одним из сложнейших явлений, которое определяет экономический рост и развитие страны. Необходимость внедрения самых современных прогрессивных технологий, видов и схем торгового обслуживания покупателей продиктована самой жизнью. Эффективность деятельности организации во многом зависит от того, насколько она адаптирована к внешней среде, в какой мере подвижны ее структуры, и как она восприимчива к нововведениям. Вследствие деятельности по внедрению инноваций рождаются совершенно новые идеи, изделия и услуги, технологические процессы, формы управления и организации в самых различных сферах экономики и в ее структурах. При обосновании инновационных проектов необходимо учитывать последствия решений, которые могут оказаться только в будущем. Трудности и проблемы применения таких методов заключаются в том, что, как правило, инновационный проект является оригинальным новым решением, которое может не иметь аналогов в практике. Выбор метода оценки эффективности проекта в значительной мере зависит от целей инвестора, от особенностей данных инвестиционных проектов и от условий из реализации. Важно подчеркнуть ключевую роль государства в процессе интеграции инновационных знаний. Именно оно должно обеспечивать большую

часть постоянного спроса на инновационную продукцию. Учитывая мировой опыт, одной из основных задач налоговой политики Украины является поощрение инвестиционной деятельности с акцентом на повышение интереса к долгосрочному финансированию новых проектов. Малые инновационные фирмы основывают ученые, инженеры, изобретатели, стремящиеся с расчетом на материальную выгоду воплотить в жизнь новейшие достижения науки и техники. Внутренний рискованный проект должен служить и изысканию новых рынков. Если проект окажется успешным, подразделение может быть реорганизовано для массового выпуска данного изделия в рамках той же фирмы. Таким образом, для определения экономической эффективности инновационной деятельности предприятия необходимо оценить эффективность затрат на данный вид деятельности. Но не следует забывать о том, что любой составляемый план не обязывает, чтобы его неизменно выполняли, наоборот, он должен корректироваться в процессе исполнения намеченных целей.

Инновационная деятельность очень важна на предприятии так как в современных условиях успешная деятельность предприятий невозможна без изменений в структуре управления, технологии производства, маркетинговой политике, во всем том, что делает предприятие конкурентоспособным в современных условиях.

ГРОСУЛЬ А., студентка НТУ «ХП»

ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

На сьогоднішній день економіка України, що у першу чергу залежить від фінансового стану суб'єктів господарювання, та саме суб'єкти господарювання потребують інвестицій. Забезпечення інвестиційної привабливості підприємства дасть змогу залучати не тільки прямі та портфельні іноземні інвестиції, але й підвищити ефективність розподілу міжгалузевих інвестиційних ресурсів

Дослідженням інвестиційної привабливості підприємства займалися такі вітчизняні вчені, як Н.Ю. Брюховецька [1], О.В. Хасанова [1], Н.Л. Ковальова [Помилка! Источник ссылки не найден.], Л.А. Адамайтіс, Е.А. Агапітова [3].

Метою роботи є обґрунтування напряму підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Оскільки в літературі відсутній підхід, який би обґрунтував вибір напряму підвищення інвестиційної привабливості підприємства (напряму вияву резервів), для цього було застосовано метод аналізу ієрархій. МАІ ґрунтується на здійсненні декомпозиції проблеми на порівняно прості складові частини з подальшою обробкою

послідовності суджень особи, що приймає рішення, за допомогою здійснення попарного їхнього порівняння.

Відповідно до ієрархії вибору сценарію необхідно визначити найбільш ймовірний сценарій підвищення ППП (Зміна суми поточних зобов'язань (A1), Зміна суми власного капіталу (A2), Підвищення фінансового результату (A3) на основі таких критеріїв, як оборотність активів (E1), показники фінансової стійкості (E2), показники ліквідності (E3) та показники рентабельності (E4).

Після побудови декомпозиції задачі ієрархії визначається пріоритетність критеріїв при виборі альтернатив на основі попарних оцінок суджень. Автором визначено, що при вирішенні мети (вибору сценарію підвищення ППП) критерій E2 має істотну перевагу над критерієм E1 та рівну важливість з критерієм E3, критерій E3 має помірне домінування над критерієм E1 та незначне домінування над критерієм E4, критерій E4 – між помірним домінуванням та істотною перевагою над E1 та незначне домінування над E2. За результатами проведених розрахунків, визначено, що найбільш пріоритетним критерієм, що визначає сценарій підвищення ППП, є показники ліквідності (E3). На другому місці – показники рентабельності (E4).

Далі слід визначити пріоритети альтернатив за кожним із критеріїв. За критерієм E1 вищий пріоритет має альтернатива A3, за критерієм E2 – альтернатива A2. Відповідно до критерію E3 вищий пріоритет має напрям A1. Альтернатива A3 має пріоритет за критерієм E4. Найвищий пріоритет за більшістю критеріїв має сценарій саме A3 – покращення фінансового результату. Враховуючи критерії, для яких цей сценарій має перевагу над іншими, можна казати про зміну різних складових, що впливають на фінансовий результат.

Список літератури:

1. Брюховецька Н.Ю. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства: визначення недоліків деяких існуючих методик / Н.Ю. Брюховецька, О.В. Хасанова // Економіка промисловості. – Донецьк, 2009. – №44. – С. 110-117.
2. Ковальова Н.Л. Проблеми підвищення інвестиційної привабливості підприємств / Н.Л. Ковальова // Економіка і маркетинг в ХХІ столітті. – 2008. – №4. – С. 55-57.
3. Адамайтіс Л.А., Агапітова Е.А. Применение сравнительной рейтинговой оценки в анализе инвестиционной привлекательности предприятия / Л.А. Адамайтіс, Е.А. Агапітова // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 41. – 10 с.

КУЧИНСЬКИЙ В.А., к.е.н., доцент НТУ «ХПІ», м. Харків

СКЛАДОВІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні підприємства будують свою діяльність в напрямі досягнення своїх цілей, перш за все можливості успішно функціонувати на ринках виробництва нових товарів і послуг, які з'являються в результаті впровадження нових технологій. Кінцевим результатом інноваційної діяльності будь-якого підприємства є виробництво конкурентоспроможної продукції та зміцнення позицій на ринку і свого

фінансового стану [1].

Успішна діяльність підприємств в умовах ринку багато в чому залежить від їх здатності до інноваційного розвитку. Формування і вибір стратегічних напрямків інноваційної діяльності базується на результатах всебічної оцінки як середовища, в якому працює підприємство, так і визначенні внутрішніх інноваційних можливостей підприємства, які характеризуються станом і рівнем використання інноваційного потенціалу [2].

Важливою складовою механізму господарювання на виробничому рівні було і залишається нормування праці. Останнє необхідне за будь-якого доцільно організованого трудового процесу. Сутність нормування праці полягає у проектуванні раціональних трудових процесів і встановленні прогресивних, обґрунтованих норм праці [3].

Невід'ємною складовою стабільного економічного функціонування та розвитку машинобудівного підприємства є формування і вдосконалення системи мотивації виробничого персоналу. Основою такого розвитку є досягнення цілей як робітника так і підприємства. Підтримка необхідного рівня виробничо-функціональної віддачі, підвищення ефективності праці робітника ґрунтується на сприйнятті та чутливості індивідуума до чинників мотивації, запропонованих підприємством. Виявлення мотиваційних факторів, здійснення оцінки ступеня їх впливу на робітника на системній основі, підвищує ефективність управління діяльністю підприємства та дає змогу утримувати рівень прибутковості на достатньому рівні [4, 5].

Переважно інтенсивний шлях підвищення ефективності виробництва на підприємстві означає, що позитивна динаміка кінцевих виробничих і фінансових показників обумовлюється і супроводжується: по-перше, раціональним використанням живої праці і підвищенням його продуктивності; по-друге, раціональним використанням сировинних, паливно-енергетичних і інших матеріальних ресурсів; по-третє, раціональним використанням основних виробничих фондів і оборотних коштів [6].

Список літератури:

1. Кучинський В.А. Підвищення ефективності інноваційної діяльності на основі удосконалення підходу до оцінки та відбору інноваційних проектів / В.А. Кучинський, Н.А. Коробка // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2011. – № 7. – С. 112-117.
2. Кучинський В.А. Розвиток інноваційного потенціалу підприємства в сучасних умовах / В.А. Кучинський, О.Ю. Крамської, А.О. Андрущенко // Вісник НТУ «ХПІ». – 2009. – №6. – С. 70-74.
3. Кучинський В.А. Розробка та застосування якісних нормативів праці як основа підвищення ефективності роботи підприємства / В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамської // Бізнес Інформ. – 2013. – № 4. – С. 293-298.
4. Гуцан О.М. Формування системи мотивації виробничого персоналу на машинобудівному підприємстві: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 — економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / О.М. Гуцан; НТУ «Харків. політехнічний ін-т». — Харків, 2015. — 19 с.
5. Гуцан О.М. Експертно-аналітичний метод виділення ключових факторів мотивації / О.М. Гуцан // Наука й економіка. Хмельницький : Хмельницький економічний університет, 2013. – Випуск № 3 (31). – С. 149–157.
6. Крамської Д.Ю. Обґрунтування методів оцінки розвитку виробництва і ефективності інвестицій / Д. Ю. Крамської // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С. 50-57.

7. Перерва П.Г. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. П.Г. Перервы, проф. Г.К. Вороновского, проф. С.А. Меховича, проф. Н.И. Погорелова – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.

8. Крамской Д.Ю. Формирование механизма инновационного развития предприятия / Д. Ю. Крамской // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 36. – С. 7-16.

9. Кучинський В.А. Ефективність організації систем ремонтно-технічного обслуговування обладнання машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 [Електронний ресурс] / Володимир Анатолійович Кучинський ; [наук. керівник С.А. Мехович] ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. – Харків, 2009. – 21 с. – Бібліогр. : с. 16-18. – укр.

10. Крамської Д.Ю. Аналіз та удосконалення економічного змісту понять інновації і інноваційний розвиток / Д.Ю. Крамської, В.А. Кучинський // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ», 2013. – № 22(995) .– С. 22-33.

11. Управління інноваційною діяльністю: магістерський курс : підручник. Ч. 1 / П.Г. Перерва [та ін.] ; ред. П.Г. Перерва [та ін.]. – Харків : НТУ "ХПІ", 2011. – 614 с.

КИСІЛЬ С.С., аспірант, ННЦ «Інститут аграрної економіки», м.Київ

ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Одним із найважливіших векторів розвитку національної економіки України є досягнення високого рівня конкурентоспроможності всіх галузей та особливо аграрної галузі, яка стала драйвером економічного зростання. Аграрна галузь стала локомотивом національної економіки, якій належить провідна роль у формуванні експортного потенціалу, в забезпеченні продовольчої, енергетичної, екологічної безпеки та економічного зростання, а також соціальної рівноваги в суспільстві. Зміцнення конкурентних позицій українського аграрно-промислового виробництва та його позитивна фінансова результативність уможливорюються розробкою і реалізацією відповідної стратегії інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств.

За сучасних умов функціонування сільськогосподарських підприємств, конкурентоспроможними може бути лише ті підприємства, що найефективніше використовуює можливості глобалізаційних процесів та переваги євроінтеграційного поступу України. Глобальні фінансові виклики та загрози вимагають переформатування системи інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств, як важливого та дієвого елементу забезпечення зростання конкурентоспроможності їх діяльності.

Основними напрямками перетворень в аграрній галузі України повинні бути досягнення стійкого і збалансованого розвитку сільськогосподарських підприємств на засадах інноваційної моделі розвитку, з урахуванням останніх здобутків науково-технічного прогресу з урахуванням вимог та потреб постіндустріального суспільства.

Необхідною умовою імплементації визначених довгострокових завдань є здійснення інноваційної діяльності для підвищення конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських підприємств. Активізація інноваційних процесів та

прискорення впровадження провідних технологій в аграрній галузі уможлиблюють подальший економічний розвиток та зміцнення конкурентних позицій держави на світовому ринку.

За даними Всесвітнього економічного форуму, Україна протягом 2012–2017 рр. посіла 85 місце за Індексом глобальної конкурентоспроможності, що свідчить про погіршення рейтингу країни в порівнянні з 73 місцем у 2012–2013 рр. [1]. Така негативна тенденція щодо конкурентоспроможності національної економіки торкається багатьох галузей національної економіки і демонструє надзвичайну важливість розв’язання цього питання для аграрної галузі, яка має значний потенціал зовнішньо-економічної діяльності та інтегрується у світовий ринок. Складність євроінтеграції національної економіки України, в тому числі аграрної галузі, пояснюється впливом глобалізації, міжнародних потоків капіталу та інвестицій, транснаціональних корпорацій [2, с. 27].

Рівень інноваційного розвитку країни визначається у відповідності до глобального інноваційного індексу (Global Innovation Index, GII). У рейтингу країн з найбільш інноваційною економікою 2017 р., Україна посіла 50 місце серед 127 країн та її глобальний інноваційний індекс склав 37,6 [3]. Однією з провідних галузей національної економіки є сільське господарство. Так, у першому кварталі 2017 р., експорт товарів і послуг з України склав 12,4 млрд дол. США, з яких 44% - продукція АПК та харчової промисловості [4].

Історія розвитку людства підтверджує, що головним драйвером його розвитку та суспільного прогресу були інновації. З цього приводу Ю. Пахомов зазначає, що за інших різних умов найбільші можливості в нарощуванні якісних темпів економічного зростання отримує країна, що домінує серед інших за вагомістю інноваційного продукту [5].

Для подальшого конкурентоспроможного розвитку українських сільськогосподарських підприємств необхідно сконцентрувати зусилля на високотехнологічному сільськогосподарському виробництві, передумовою чого є системна законодавча та науково-організаційна гармонізація інноваційних взаємовідносин в аграрній галузі України.

Список літератури:

1. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2016–2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-onkurentospromozhnosti-1>
2. Гуторов А.О. Агрохолдинги як ефективна форма концентрації сільськогосподарського виробництва / А.О. Гуторов // Економіка АПК. – 2011. – № 3. – С. 102-107.
3. Explore the interactive database of the GII 2017 indicators [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>. – Назва з екрана.
4. Zelisko Inna. Euro-integration determinants of financial support of agricultural formations competitiveness in Ukraine / Inna Zelisko // Innovations in science and education : challenges of our time / [collection of scientific papers]. – London: IASHE, 2017.-266p., P. 21-24.
5. Пахомов Ю. Потрібно сформувати антикризову систему державного менеджменту / Ю. Пахомов // Урядовий кур’єр. – 20.02.2003. – С. 5 – 6.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

У сучасному світі інвестиції виступають найважливішим засобом виходу з економічної кризи. Крім того, інвестиції сприяють збільшенню робочих місць, обсягів сукупного виробництва, доходів, уможливлують упровадження нових технологій, сприяють підвищенню технологічного рівня виробництва, новітніх форм менеджменту, забезпечуючи економічне зростання в країні [2, 4]. Саме тому зараз в умовах кризи питання інвестиційних процесів є актуальними для України.

В Україні довгий час основна маса капіталовкладень була спрямована на нове будівництво, а не на розширення та покращення виробництва, що в результаті поглиблювало технологічну диференціацію виробництва в національній економіці. Крім того, частка держаного фінансування інвестицій з 2014 року різко зменшилась.

Основним джерелом фінансування інвестицій є власні кошти підприємств, їх частка в загальній структурі перевищує 50% і має тенденцію до зростання. Кредитні ресурси займають незначну частку в загальній сумі інвестицій і мають тенденцію до її зниження [5].

Тому для України необхідно шукати шляхи для нових «джерел енергії», а саме залучення прямих іноземних інвестицій, що представляє собою залучення та кредитування ресурсів зарубіжних корпорацій і фірм. Це один із найефективніших способів подолання економічної кризи на державному рівні та подальшого розвитку країни. Для того, щоб інвестори мали змогу вкласти гроші з мінімальним ризиком, необхідним є сприятливий інвестиційний клімат. Інвестиційний клімат – це сукупність економічних, правових, регуляторних, політичних та інших факторів, яка в результаті визначає ступінь ризику капіталовкладень та можливість їх ефективного використання. Нажаль, зараз в Україні немає сприятливого інвестиційного клімату [6].

Дослідження показують, що в Україні наразі є тенденція скорочення іноземних інвестицій, починаючи з 2014 року, але склад основних п'яти країн-інвесторів не змінюється. Це такі країни, як Кіпр, Німеччина, Нідерланди, Російська Федерація та Австрія. Згідно з прогнозами фінансових аналітиків у наступні 10 років Україна може розраховувати на мінімальні обсяги інвестицій. Таку ситуацію пояснюють тим, що інші країни укріплюють свої позиції на міжнародному ринку, у той час, як Україна має дуже високі показники ризику для інвестицій [1].

Міжнародні економічні організації виділяють ряд чинників, що роблять Україну непривабливою для потенційних інвесторів, а саме недосконалість законодавства, високий рівень корупції, збільшення зовнішнього боргу, зниження рівня рентабельності діючого виробництва, падіння реальних грошових доходів

населення, наявність значної частки тіньової економіки.

Таким чином, Україні необхідно зробити акцент на інвестиційну складову як засіб становлення та розвитку економіки на державному рівні. Співпраця України з іншими країнами світу буде сприяти підвищенню ефективності використання ресурсів, залученню додаткових ресурсів, підвищенню технологічного рівня виробництва, зростанню конкурентоспроможності національної економіки [3]. Особливу увагу слід приділити притоку іноземного капіталу в розвиток науково-технічного потенціалу [7]. Для того, щоб інвестиційні процеси сприяли цьому, необхідно вдосконалити нормативно-правову базу з питань регулювання інвестицій, подолати корупцію, сприяти науково-технічній та інноваційній діяльності, розробити ефективну систему державних інвестицій та сформувавши привабливий імідж країни на світових ринках капіталів.

Список літератури:

1. Макроэкономика-2017: прогноз от ведущих экономистов Украины [Электронный ресурс] // Forbes. – Режим доступа: <http://forbes.net.ua/selfeducation/reports/1425507-makroekonomika-2017-prognoz-ot-vedushchih-ekonomistov-ukrainy>
2. Дяченко Т.А. Проблема іноземного інвестування в Україні / Т.А. Дяченко // Труды XII – ої Міжнародної науково – практичної конференції «Оптимум - 2016», (Харків, 6 - 8 грудня 2016 р.) / НТУ «ХПІ». – Харків: НТУ «ХПІ», 2016. – С.135 – 136.
3. Максименко Я.А. Деякі аспекти інтеграції України до світової економічної системи / Я.А. Максименко // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – Харків : НТУ «ХПІ», 2015. - № 25 (1134).– С. 111 – 116.
4. Максименко Я.А. Украина в процессах международного движения капитала: проблемы и пути решения / Я.А. Максименко, Д.О. Побережный // Переяславская рада: ее историческое значение и перспективы развития Восточно-славянской цивилизации : сб. науч. тр. : по материалам 3-й Междунар. науч.-практ. конф., 18-19 декабря 2008 г. / ред. А.Г. Романовский, Ю.И. Панфилов. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – С. 161-165.
5. Прямі інвестиції підприємств [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ/zd/ivu/ivu_u/ivu0412.html.
6. Заглинська Л. Сучасні тенденції розвитку економічної освіти в контексті інвестиційних процесів в Україні / Л. Заглинська, О. Лукомська // Нова педагогічна думка. - 2016. – №3. - С. 33-36.
7. Талалаева А.А. Проблема эффективного инвестирования в Украине в контексте мирового опыта / А.А. Талалаева, Т.А. Дяченко // Вестник Национального технического университета «ХПИ». Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ". – 2011. – № 8. – С. 94-100.

ПЕТРИНА О.О., аспірант, ПВНЗ «Європейський університет»

АУТСОРСИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В теперішніх економічних умовах українські підприємства стикаються з досить сильним тиском з боку ринку. Виживають і досягають успіху ті, хто веде свій бізнес найбільш ефективним способом, домагаючись при цьому зниження операційних витрат при одночасному збереженні високої якості товарів і послуг. Однією з найбільш сучасних і успішних бізнес-моделей, що дозволяють досягти реальних конкурентних переваг нині є аутсорсинг.

Термін «аутсорсинг» походить від англійського Outsourcing «outside resource

using»— використання зовнішніх джерел чи засобів— передача сторонньому підряднику деяких бізнес-функцій чи частин бізнес-процесу підприємства, що передбачає виконання сторонньою організацією окремих завдань чи бізнес-процесів, які не є профільними для підприємства, але необхідні для повноцінного його функціонування. У цьому випадку підприємство купує не працю конкретних працівників, а саму послугу. Сутність аутсорсингу полягає в тому, що всі ресурси підприємства концентруються на основному виді діяльності, а другорядні для бізнесу функції перекладаються на цілеспрямовано професійних партнерів. Підприємству досить складно бути конкурентоспроможним на ринку в усіх основних та допоміжних видах діяльності. Недостатність внутрішніх можливостей, певної кількості та якості ресурсів є основною причиною залучення сторонніх організацій до аутсорсингу. Ця форма співпраці дає можливість зосередитися на виконанні стратегічно важливих функцій організації, уникнути додаткових витрат і збільшити прибутковість, завдяки зменшенню кількості виконуваних функцій, скороченню штату співробітників, оптимізації організаційної структури і системи управління, таким чином, — підвищити конкурентоспроможність підприємства на ринку. Фахівці провідних країн світу зазначають, що використання аутсорсингових операцій дає можливість на 30% знизити витрати у процесі господарської діяльності й тим самим збільшити дохідність. Однак на вітчизняному ринку така діяльність недостатньо розвинута. Основною причиною цього є необізнаність менеджерів у питаннях переходу до нового способу ведення бізнесу, що передбачає використання аутсорсингу та оцінювання його ефективності.

Як показує практика промислово розвинених країн, на даний час без використання аутсорсингу практично неможливо створити ефективне спеціалізоване виробництво. Головне при переході на такий процес полягає у тому, щоб чітко проаналізувати всю сукупність вирішуваних підприємством завдань, зіставити їх із стратегічними цілями та адекватно визначити обсяг робіт, які варто передавати аутсорсеру. Українські підприємства найчастіше звертаються до послуг аутсорсерів у кризових чи передкризових умовах, акцентуючи свою увагу на можливості зниження витрат, оскільки в більшості випадків утримувати штатних працівників дорожче, ніж тимчасово скористатися послугами спеціалізованих компаній.

Перехід економіки України на інноваційний шлях розвитку неможливий без розуміння та практичного застосування новітніх систем управління бізнес-процесами. В ринкових умовах господарювання для підприємств особливо актуального значення набувають сучасні технології аутсорсингу, які дозволяють підтримувати економічну стійкість виробників. Специфіка інноваційності підходу в застосуванні аутсорсингу полягає в необхідності чіткого розмежування прав на об'єкти інтелектуальної власності, що створюються в результаті інноваційної діяльності. Використання аутсорсингу призводить до виникнення наступних ефектів:

- зростання рентабельності бізнесу. Аутсорсинг дозволяє скоротити

витрати на обслуговування бізнес-процесів;

- зниження собівартості функцій, що передаються на аутсорсинг за рахунок вузької спеціалізації компанії-аутсорсера;
- фокусування власних ресурсів підприємства на основних напрямках інноваційної діяльності. Передача супутніх бізнес-процесів на аутсорсинг дозволить направити зусилля на основну справу компанії.

Отже, можна зробити висновок, що аутсорсинг є одним із ефективних способів ведення бізнесу в сучасних умовах. Така форма сприяє впровадженню інновацій і покращенню інтеграційних зв'язків вітчизняних підприємств як у межах країни, так і поза нею, без чого неможливо забезпечити ефективність господарської діяльності. Використання аутсорсингу спрямоване на стабілізацію розвитку підприємства, ефективне використання його внутрішнього потенціалу, підвищення гнучкості та адаптивності до змін у ринковому середовищі, пошук нових ринкових можливостей, підвищення здатності підприємства до впровадження інновацій. В сучасних умовах неперервного розвитку технологій і інновацій, нових вимог ринку компанії часто стикалися з економічним тиском, в основі якого лежить прагнення скоротити витрати і отримати максимальний прибуток, зберігши свою нішу і стратегічні ринки збуту продукції. В таких умовах зберегти свої конкурентні переваги зможуть ті компанії, які здійснюють свою діяльність, маючи низькі операційні витрати забезпечуючи високу якість своїх товарів і послуг. Слід зазначити, що, незважаючи на високу ефективність аутсорсингу, він є достатньо ризикованим способом ведення бізнесу через те, що пов'язаний з радикальними змінами у системі господарювання підприємства. Тому подальшого вивчення потребують ризики аутсорсингової діяльності, що дасть змогу визначити основні шляхи та методи регулювання їхнього впливу на діяльність підприємства.

ПОГОРЕЛОВА Т.О., доцент НТУ «ХП»

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

На сьогодні однією з обов'язкових умов подальшого розвитку економіки України є інноваційна діяльність у сфері виробництва. Україна має неабиякий природний, промисловий, технологічний і науковий потенціал, однак детермінанти її конкурентних переваг ще не достатньо розвинені. Наслідком цього є низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних товарів.

Стан інноваційної діяльності в Україні не відповідає сучасному рівню розвитку інноваційних процесів в країнах, для яких інноваційний розвиток є ключовим вектором економічної стратегії.

У 2016 році 88,1% інноваційно активних промислових підприємств упроваджували інновації. Ними було впроваджено 4139 інноваційних видів продукції, з яких 978 – нових виключно для ринку, 3161 – нових лише для підприємства. Із загальної кількості впровадженої продукції 1305 – нові види машин, устаткування, приладів, апаратів тощо, з яких 22,3% нових для ринку. Найбільшу кількість інноваційних видів продукції впроваджено на підприємствах Запорізької, Львівської, Харківської, Дніпропетровської областей та м. Києва; за видами економічної діяльності – на підприємствах з виробництва машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань, харчових продуктів, металургійного виробництва.

Головними причинами уповільнення розвитку інноваційної діяльності промислових підприємств України є: неспроможність держави в її нинішньому структурно-функціональному, нормативно-правовому, культурно-ідеологічному та кадровому стані визначитися зі стратегією інноваційних економічних перетворень; недосконалість нормативно-правової бази регулювання інноваційної діяльності, ігнорування вимог законодавства або призупинення дії тих статей законів, які стосуються фінансування і стимулювання науково-технічної та інноваційної діяльності; недосконалість практичного застосування національного законодавства з питань захисту інтелектуальної власності; неефективність адміністративно-організаційної структури управління науково-технічною та інноваційною діяльністю; недостатній рівень фінансування державної науково-технічної та інноваційної політики та його неефективне використання.

Концепція інноваційного розвитку промислових підприємств України має бути спрямована на реалізацію стратегічних національних пріоритетів та програм – підвищення добробуту населення, соціально-економічного розвитку регіонів, розвитку науки й освіти, забезпечення економічної та екологічної безпеки країни.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити головне завдання – сформуванню самодостатню, цілісну інноваційну систему, здатну до розширеного відтворення та саморозвитку на принципах збалансованості. З цього випливає, що основним принципом інноваційного розвитку промислових підприємств України є формування механізму, збалансованого в нерозривній системі використання та відтворення багатогранних ресурсів, який забезпечує взаємоузгоджений рух відповідно до головних стратегічних напрямів.

Отже, інноваційна діяльність промислових підприємств, з одного боку, потребує значних капіталовкладень, а з іншого – ефективної системи нормативно-правового забезпечення інноваційного розвитку промислового сектору.

Список літератури:

1. *Захарін С.В.* Активізація інноваційної діяльності промислових підприємств / *С.В. Захарін* // Фінанси України. – №1. – 2004. – С. 13.
2. *Лебедева Л.В.* Сучасна інноваційна політика держави в Україні: проблеми та перспективи реформування [Електронний ресурс] / *Л.В. Лебедева* // Ефективна економіка. – 2014. – №1. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

РОМАНЧИК А.В., студент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця

РОМАНЧИК Т.В., канд.екон.наук, доцент, НТУ «ХПІ»

ОПТИМІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА ДОПОМОГОЮ МАТЕМАТИЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ

Стрімкі економічні зміни зобов'язують менеджмент банків адекватно реагувати на коливання економічної кон'юнктури. Побудова математичних моделей діяльності банку дозволяє не тільки нівелювати недоліки розрахунків, але і збільшити швидкість реакції на зміни зовнішнього середовища. У зв'язку з цим, застосування методів математичного програмування стає одним із основних елементів системи підтримки прийняття управлінських рішень [1].

На прикладі задачі про оптимізацію складу портфеля цінних паперів проаналізуємо можливості застосування методу множників Лагранжа до визначення співвідношення між обсягами капіталовкладень при формуванні складу цього портфеля для мінімізації фінансових ризиків.

Нехай інвестор має n видів цінних паперів й $x_j, j = \overline{1, n}$ – частка від загального вкладу, що припадає на j -й вид цінних паперів. Відповідно, $\sum_{j=1}^n x_j = 1$. Якщо в задачі оптимізації критерієм ефективності є отримання максимального прибутку при заданому рівні ризику, то її математична модель має вигляд:

$$\begin{aligned} Z = \sum_{j=1}^n R_j x_j \rightarrow \max, \\ \begin{cases} \sum_{j=1}^n \sigma_j^2 x_j^2 = \psi, \\ \sum_{j=1}^n x_j = 1, \\ x_j \geq 0, \quad j = \overline{1, n}, \end{cases} \end{aligned} \quad (1)$$

де: x_j – частка вкладень у j -й цінний папір;

R_j – очікувана доходність j -го цінного паперу;

σ_j – ризик вкладень у j -й цінний папір;

ψ – прийнятний для інвестора рівень ризику.

Однак можна обрати й інший критерій ефективності. За теорією Марковіца, можна при заданій ставці прибутковості мінімізовувати ризик, характеристикою якого є середньоквадратичне відхилення прибутковості портфеля [2]. Марковіц припустив, що доходність цінних паперів підпорядковується нормальному закону розподілу і ризик портфеля визначається дисперсією доходності цінних паперів, що

входять до його складу. Тому математична модель задачі у цьому випадку матиме вигляд:

$$\begin{aligned}
 F &= \sum_{j=1}^n \sigma_j^2 x_j^2 \rightarrow \min, \\
 &\begin{cases} \sum_{j=1}^n R_j x_j = \varphi, \\ \sum_{j=1}^n x_j = 1, \\ x_j \geq 0, \quad j = \overline{1, n}, \end{cases}
 \end{aligned} \tag{2}$$

де: φ – заданий інвестором рівень прибутковості.

Оскільки основна система обмежень задачі містить самі рівняння, то для визначення оптимального складу інвестиційного портфеля можна застосовувати метод множників Лагранжа. Тоді функція матиме вигляд:

$$L(X, \Lambda) = \sum_{j=1}^n \sigma_j^2 x_j^2 + \lambda_1 \left(\sum_{j=1}^n R_j x_j - \varphi \right) + \lambda_2 \left(\sum_{j=1}^n x_j - 1 \right) \rightarrow \min. \tag{3}$$

Таким чином, метод Лагранжа можна використовувати задля оптимізації роботи банку, управління його ресурсами і планування діяльності, що в свою чергу допомагає мінімізувати можливі ризики. За допомогою квадратичного програмування можуть бути знайдені портфелі, що забезпечують мінімальний рівень ризику при заданій прибутковості.

Список літератури:

1. Иода Е.В. Классификация банковских рисков и их оптимизация / Е.В. Иода, Л.Л. Мешкова, Е.Н. Болотина. – Тамбов, 2002. – 432 с.
2. Markowitz H.M. Portfolio Selection / H.M. Markowitz // Journal of Finance. – 1952. – № 7. – P. 77–92.

СІКОРА К.В., магістрант, НТУ «ХПІ»

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ІННОВАЦІЙ

У сучасних умовах господарювання основними критеріями ефективного розвитку підприємств стають якість і швидкість впровадження нових інформаційно-технологічних систем та управлінських методів. В таких умовах виникає потреба у використанні маркетингу інновацій, що є запорукою успіху діяльності суб'єктів господарювання, адже дозволяє виявляти і контролювати ті фактори, які визначають умови тривалого виживання і розвитку (на основі інновацій) на ринку.

Питання маркетингу інновацій на сьогодні є актуальними і розглядаються в працях багатьох вітчизняних та зарубіжних фахівців, серед яких Л.Л. Антонюк, В.М. Аньшина, І.Т. Балабанов, С.В. Близнюк, Г.Я. Гольдштейн, С.М. Ілляшенко, В.Н. Колот, В.С. Картунова, Ф. Котлер, В.Г. Мединський, В.Ф. Оберемчук, Л.Н. Оголева, С.Ф. Покропивний, А.М. Поручник, В.С. Савчук, Р.А. Фатхутдінов, С. Холлесен, Т.Н. Циганкова та інші науковці.

В узагальненому вигляді суть маркетингу інновацій може бути визначена як систематична активність щодо розроблення і просування на ринку нових товарів, послуг та технологій для задоволення потреб і запитів споживачів (та суспільства) у більш ефективний, ніж у конкурентів, спосіб на основі підвищення потенціалу підприємства, пошуку нових напрямів та засобів його використання з метою отримання прибутку та забезпечення умов тривалого виживання й розвитку на ринку.

Відповідно методологія та інструментарій маркетингу інновацій повинні бути закладені в основу діяльності організацій та підприємств, що стають на інноваційний шлях розвитку. Однак практика свідчить, що підприємствами у більшості випадків застосовуються лише окремі інструменти маркетингу інновацій, і майже не спостерігається випадків, коли маркетинг інновацій розглядається як філософія ведення бізнесу.

Управління маркетингом інновацій є концепцією, згідно з якою підприємство повинне без упину вдосконалювати продукцію і методи маркетингу, здійснювати наукові розробки, дослідно-експериментальні дослідження, налагодження комунікацій, організацію виробництва інновацій, дослідження ринку (з використанням концепцій бенчмаркінга), формування цін та розробку інноваційних стратегій.

Управління маркетингом інновацій можна розглядати також з таких позицій [1]:

- як аналітичний процес, що передбачає виявлення ринкових можливостей інноваційного розвитку;
- як засіб активного впливу на споживачів та цільовий ринок у цілому, що пов'язаний з виведенням та просуванням інновації на ринок;
- як функцію інноваційного менеджменту, спрямовану на виявлення можливих напрямків інноваційної діяльності, їх матеріалізацію і комерціалізацію.
- як засіб (ринковий інструментарій) орієнтації окремих суб'єктів господарювання, а разом з тим і національної економіки у цілому, на інноваційний розвиток.

Маркетинг інновацій включає стратегічну і оперативну складові. Основна мета стратегічного інноваційного маркетингу полягає в розробці стратегії проникнення нововведення на ринок. Тому в основу стратегічних маркетингових досліджень закладається аналіз кон'юнктури ринку з наступним визначенням сегментів ринку, організацією і формуванням попиту, моделюванням поведінки покупця.

На етапі оперативного маркетингу розробляються конкретні форми реалізації

обраної інноваційної стратегії. Оперативний маркетинг націлений на максимізацію прибутку й обсягу продажів, підтримку репутації фірми, розширення частки ринку [2].

Ефективна система управління маркетингом інновацій включає наступні етапи:

- На початковому етапі (пошук інноваційних ідей) проводиться формування «портфеля інноваційних ідей».
- На етапі розробки здійснюється відбір перспективних ідей і створення на їх основі нововведень (дослідних зразків).
- На етапі впровадження головним завданням маркетингу інновацій є поширення інформації про нововведення.
- Етап зростання характеризується розширенням частки ринку і кола споживачів.
- На етапі зрілості спостерігається стабілізація обсягу збуту, який залежить від споживчих переваг до торгової марки.
- Стадія зрілості неминуче завершується стадією спаду. На даному етапі здійснюється пошук і підготовка нових ідей для інноваційних проєктів.

Здійснення господарської діяльності на засадах маркетингу інновацій дозволить підприємству знайти і реалізувати ринкові можливості інноваційного розвитку для підвищення рівня його конкурентоспроможності, укріплення ринкових позицій, підвищення ефективності функціонування, забезпечення умов тривалого виживання і розвитку [3].

Список літератури:

1. Ілляшенко С.М. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / С.М. Ілляшенко. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. – 623 с.
2. Кардаш В.Я. Товарна інноваційна політика: навч. посібник / В.Я. Кардаш. – Київ: КНЕУ, 1999. – 124 с.
3. Чухрай Н.І. Особливості маркетингу продуктових інновацій / Н.І. Чухрай. – Львів: Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2007. – 162 с.

СОБАКІНСЬКИХ Р.Ю., магістрант, КЕІ ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»

ТЕМЧЕНКО О.А., професор, д.т.н., завідувач кафедри економіки та підприємництва КЕІ ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»

ВПЛИВ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЕКОЛОГІЧНУ СИТУАЦІЮ КРИВОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ

Екологічне питання у промисловому виробництві на сьогодні постає досить гостро як у світовому господарстві, так і на загальнонаціональному рівні. Більшу частину бюджету України складають саме прибутки підприємств гірничо-металургійного комплексу. Однак при збільшенні обсягів виробництва товарної продукції підвищується рівень екологічної небезпеки окремих регіонів, зокрема Криворізького. У загальному обсязі підприємства Кривбасу викидають близько 327

тис. тон твердих та газоподібних речовин. Основними підприємствами, що негативно впливають на стан атмосферного повітря є ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» та ПАТ «Південний гірничо-збагачувальний комбінат» [1] (див. рис. 1).

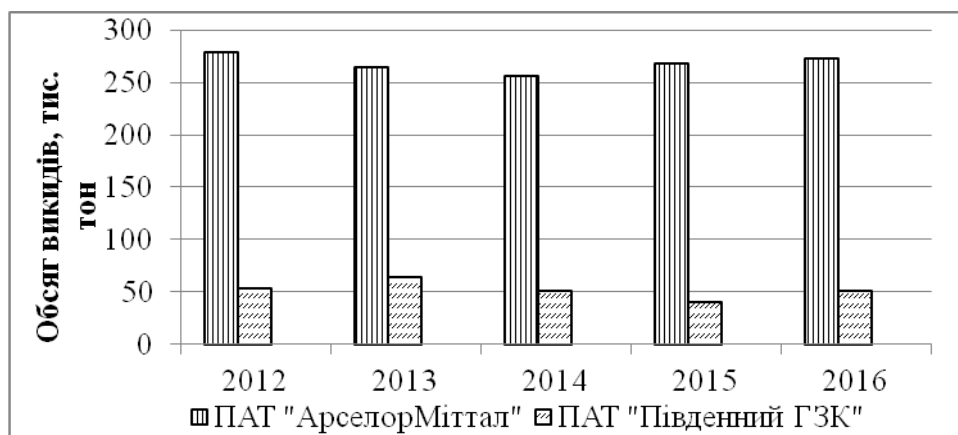


Рис. 1 - Фактичні викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря Криворізького регіону

З гістограми видно, що обсяги викидів шкідливих речовин у обох підприємств підвищились у 2016 році, що говорить про стійкі тенденції забруднення навколишнього середовища.

Розглянемо динаміку витрат на охорону навколишнього середовища підприємств Криворізького регіону [1, 2] (див. рис. 2).

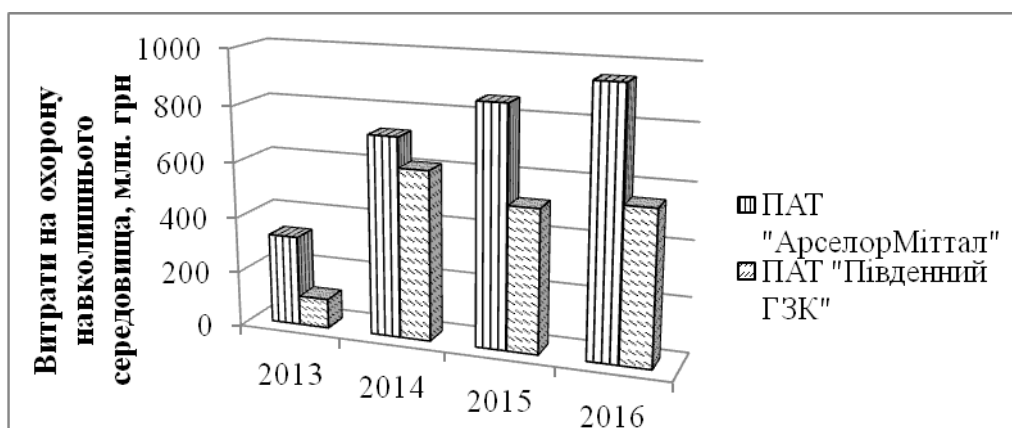


Рис. 2 - Витрати на охорону навколишнього середовища

Виходячи з аналізу показників гістограми, обсяги інвестицій у 2016 році збільшились і відповідно становлять для ПАТ «АрселорМіттал» 950,1 млн. грн., ПАТ «Південний ГЗК» - 550,7 млн. грн. Наведена графічна інтерпретація екологічних проблем свідчить про невідповідність зростання інвестиційних витрат і забруднень навколишнього середовища. Особливістю такої тенденції є те, що основою інвестиційних процесів гірничо-металургійних підприємств є застосування не завжди

економічно обґрунтованої політики щодо підтримки зношених основних засобів та проведення постійних ремонтів майже без впровадження інноваційних технологій. При цьому застаріла техніка не дає позитивного ефекту від залучення інвестицій в подальшій виробничій діяльності. Крім того, збільшення забруднень веде за собою підвищення екологічного податку.

Отже, ефективність інвестиційного процесу на промислових підприємствах в контексті поліпшення екологічної ситуації можлива лише за рахунок придбання новітньої техніки, а також зміни технологій виробництва у гірничо-металургійній галузі Криворізького регіону.

Список літератури:

1. Екологічний паспорт міста Кривий Ріг [Електронний ресурс] – режим доступу: http://kr.gov.ua/ua/osxfile/pg/190117418982655_n_1o/1465686226.doc
2. Річна інформація ПАТ «Південний ГЗК» [Електронний ресурс] - режим доступу: <https://smida.gov.ua/db/participant/00191000>
3. Річна інформація ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://smida.gov.ua/db/participant/24432974>

КРАМСЬКОЙ Д. Ю., к.е.н., доцент, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ЛУЦЕНКО К. О., магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ХАРЧЕНКО О. В., магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ФОРМУВАННЯ ТА МОНІТОРИНГ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційний процес на підприємстві не реалізується сам по собі, – для ефективного його протікання необхідне вироблення діючої інноваційної політики компанії. Ефективна інноваційна політика припускає сильний вплив на підвищення конкурентоздатності, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Формування ІПП починається з визначення керівництвом підприємства її цілей, правил визначення пріоритетності інноваційних проектів. Цілі та вироблення інноваційної політики – винятково важливе завдання, оскільки саме на цьому етапі визначаються пріоритетні напрямки діяльності й нові види бізнесу, які дозволяють досягти бажаних результатів.

Основна мета інноваційної політики – створення організаційних умов, які забезпечують саморозвиток компанії й ріст конкурентоздатності продукції, послуг шляхом впровадження нових технологій, корпоративної структури, ефективного використання останніх досягнень науки та техніки [1].

Для своєчасного корегування інноваційної політики підприємства з метою підвищення ефективності інвестицій доцільно здійснювати комплексний моніторинг інноваційного процесу, який вирішує наступні завдання: визначення інноваційної активності підприємства з метою прогнозування інноваційної поведінки

підприємства; виявлення напрямків удосконалення інноваційної діяльності на основі оцінки відповідного розміщення персоналу й фінансових ресурсів; демонстрація інноваційного прогресу [7].

Цілі такої комплексної оцінки наступні: Аналіз інноваційної активності підприємства (Оцінка здійснюється з урахуванням розподілу інновацій на базисні та поліпшуючі.); Оцінка інноваційного потенціалу підприємства (Оцінка відповідності інноваційного потенціалу заданим параметрам.); Конкурсний відбір проектів (Порівнянність проектів за вартісними показниками, маркетинговій стратегії, інформаційній підтримці.); Оцінка поточного стану й ризиків проекту (Точність позиціонування за технічними і організаційними параметрами проекту.); Оцінка інноваційного потенціалу проекту (Вірогідність маркетингової інформації. Точне визначення параметрів структурування сукупності проектів.); Моніторинг проектів (Оцінка параметрів і характеристик проекту, які змінюються в часі.); Вибір партнерів по реалізації проекту (Оцінка відповідності обраного партнера виконаного їм етапу інноваційного процесу) [2, 3, 6].

Інноваційна діяльність є однією з найбільш ризикових, оскільки вимагає значних інвестиційних, інтелектуальних та інших ресурсів. Ефективність реалізації інноваційного проекту залежить від якісної організації інноваційної діяльності, яка у свою чергу повинна бути оптимально спланована на основі попередньої та поточної оцінки [4, 9].

Аналіз показників для оцінки та вибору пріоритетного для інвестування інноваційного проекту дозволив сформувати систему індикаторів інноваційності процесу, яка включає: тривалість циклу інноваційних змін; рівень виживання інноваційних продуктів; доля ефективного виживання інноваційних продуктів; долю інноваційних продуктів у загальному обсязі реалізованої продукції; структуру інноваційного процесу; структуру інноваційного портфелю; ефективність інвестицій у НДДКР; структуру витрат на НДДКР; інноваційний дохід на одного працівника, ефективність інновацій [5, 8].

Дана система показників дозволяє здійснити ефективний моніторинг інноваційних процесів на підприємстві та дозволяє інвесторам приймати обґрунтовані рішення. При проведенні такого моніторингу варто враховувати особливості кожного підприємства, тому що представлена система показників дає можливість детального вивчення інноваційного процесу.

Впливаючи безпосередньо на загальну стратегію розвитку підприємства, інноваційну стратегію, процес оцінки та відбору проектів і вибору типу інноваційного процесу, моніторинг є ключовим елементом механізму формування інноваційної політики підприємства, що знаходить своє вираження в її своєчасному корегуванні.

Список літератури:

1. Крамської Д.Ю. Формування стратегій інноваційного розвитку підприємства / Д.Ю. Крамської // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2011. – № 8. – С. 161-172.

2. Крамської Д.Ю. Оцінка пріоритетності інноваційних проектів на підприємстві / Д.Ю. Крамської, П.В. Нотовський, О.Л. Дягілева // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", – 2015. – № 60 (1169). – С. 119-123.
3. Перерва П.Г. Формирование множества стратегий инновационного развития машиностроительных предприятий / П.Г. Перерва, Д.Ю. Крамской // Бізнес Інформ. – 2010. – № 10. – С. 23-25.
4. Крамской Д.Ю. Модели распределения ресурсов между инновационными проектами / Д.Ю. Крамской, Е.Н. Терещенко, А.Ю. Крамской // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 5. – С. 142-150.
5. Крамской Д.Ю. Формирование механизма инновационного развития предприятия / Д.Ю. Крамской // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 36. – С. 7-16.
6. Крамской Д.Ю. Анализ инновационного потенциала машиностроительных предприятий Харьковского региона / Д.Ю. Крамской // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2010. – № 59. – С. 33-38.
7. Крамской Д.Ю. Разработка методики оценки инновационного потенциала предприятия / Д.Ю. Крамской // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 35. – С. 40-49.
8. Косенко А.В. Використання основних напрямків ефективного управління реалізацією інноваційних проектів / А.В. Косенко, П.М. Петрушко, О.С. Локтіонова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 47 (1219). – С. 21-25.
9. Нотовський П.В. Методичний підхід до визначення горизонту безпеки інвестицій підприємств в умовах динамічних змін інвестиційного простору / П.В. Нотовський, Д.Ю. Крамської, Т.П. Локтіонова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 59 (1168). – С. 144-147.

ГЛІЗНУЦА М.Ю., ст. викл., НТУ «ХПІ»

МІСЦЕ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ У РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасний розвиток національних економік в більшій мірі залежить не від наявності, обсягів і рівня освоєння матеріальних виробничих інструментів і фінансів, а від наявності та рівня інноваційних розробок, а також інтенсивності їх впровадження в національну економіку. В такій ситуації, метою інноваційного розвитку країни виступає підвищення рівня інноваційності її економіки шляхом організації високотехнологічних виробництв, заснованих на використанні інтелектуальної праці, які створюють високу додану вартість продукції.

Сучасний період Української економіки потребує активної участі всієї національної системи інтелектуальних ресурсів [1]. Ці ресурси необхідно визначити, оцінити і розкрити, щоб в практичній економічній діяльності ефективно використати їх потенціальні можливості. Світовий досвід має бути використаний і в умовах проведення українських реформ.

Активізація інноваційної діяльності виступає необхідною умовою подальшого якісного і кількісного розвитку національної економіки і в даному контексті розвиток та становлення в країні інноваційного потенціалу, як одного з факторів економічного зростання набуває найбільш важливе самостійне значення [2].

Реалізація інноваційного потенціалу національної економіки та забезпечення його зростання з метою отримання соціально-економічної віддачі є основним

фактором розвитку зазначеної економічної системи в сучасних умовах. Тому важливим є розглянути питання оцінки інноваційного потенціалу [3].

Метою оцінки інноваційного потенціалу є можливість визначення напрямків інноваційного розвитку, що забезпечують можливості переходу економічних систем на випуск конкурентоспроможної продукції, істотно підвищивши свою стійкість і гнучкість по відношенню до змін у зовнішньому середовищі [4,5].

За допомогою аналізу показників інноваційного потенціалу економічної системи, можливо:

- провести адекватну оцінку стану і готовності зазначеної системи до активізації інноваційних процесів;
- проаналізувати і спрогнозувати тенденції розвитку, виявити основні переваги і «слабкі» місця;
- підготувати рекомендації щодо формування інноваційної стратегії економічної системи і механізму її реалізації, яка дозволить зміцнити ринкові позиції даної системи;
- формувати і вдосконалювати інформаційні потоки для збільшення ефективності прийнятих управлінських рішень.

Список літератури:

1. Мазур О.А. Наука України: цифри, факти, проблеми / О.А. Мазур // Вісн. НАН України. — 2013. — № 3. — С. 88-100
2. Глізнуца М.Ю. Удосконалення управління державною інноваційною політикою/ М.Ю.Глізнуца// «Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії».- Запоріжжя,2017.№ 2(08)2017 – С.40-46.
3. Глізнуца М.Ю. Визначення складових та оцінка інноваційного потенціалу регіону /М.Ю. Глізнуца // «Технологический аудит и резервы производства».-Харків,2016. №3 /5(29) – С.11-14.
4. Крамської Д.Ю. Оцінка пріоритетності інноваційних проектів на підприємстві / Д. Ю. Крамської, П.В. Нотовський, О.Л. Дягілева // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 60 (1169). – С. 119-123.
5. Перерва П.Г. Формирование множества стратегий инновационного развития машиностроительных предприятий / П.Г. Перерва, Д. Ю. Крамской // БізнесІнформ. – 2010. – № 10. – С. 23-25.

ГУЦАН Т.Г., к.п.н., доц., Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди

АЛЕКСИК Ю.І., магістрант, Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди

СВІТОВА ПРАКТИКА РОЗВИТКУ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЗЕЛЕНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ

Аналіз розвитку суспільства кінця ХХ - початку ХХІ століття демонструє спрямованість політики більшості розвинених країн світу на збереження природних ресурсів, одним із шляхів якого є використання альтернативної, відновлюваної

енергетики. Показовим є досвід більшості країн, як залежних так і незалежних від природних нафти та газу, які успішно використовують альтернативну енергетику за рахунок впровадження інноваційних технологій в цій галузі. Пропонуємо проаналізувати такий досвід країн та з'ясувати можливості його використання в Україні.

Більшість європейських країн не мають власних енергетичних джерел, утім, активно використовують альтернативні. Так, наприклад, Великобританія вже в 2015 році 50% всієї електроенергії отримала з поновлюваних джерел, головним чином, за рахунок вітроустановок, і вже сьогодні змогла забезпечити електрикою практично кожен будинок в країні. У Німеччині ж альтернативними джерелами виробляється більше 80% енергії, необхідної для всієї країни. Лідером з виробництва зеленої електроенергії є Норвегія, де 98% електроенергії виробляється саме з відновлюваних джерел, переважно гідроелектростанціями. Більше того, Норвегія перевиконала свій Національний план дій з відновлюваної енергетики до 2020 року. Ще у 2014 році частка енергії з відновлюваних джерел у кінцевому енергоспоживанні становила вже 69,2%.

Абсолютним лідером розвитку альтернативної енергетики є Китай. За останнє десятиліття виробництво енергії з відновлюваних джерел в Піднебесній зросло на 3588%, а в 2015 році сума інвестицій Китаю в поновлювані джерела склала понад 100 млрд. дол.

Ще одним яскравим прикладом країни із зеленою енергетикою є Сінгапур. Економічне зростання Сінгапура відбулося завдяки державному регулюванню економіки та проведенню ефективних соціально-економічних і політичних реформ.

Проведення реформ стосувалося, в першу чергу, енергетичного сектора через його оновлення новими інноваційними ідеями. У місті-державі працюють сотні проєктів, пов'язаних з екологією, – починаючи від гаїв з метеликами в центрі і закінчуючи кварталами, які працюють на альтернативній енергії. Найвідоміший і амбітний з них – ботанічний комплекс Gardens by the Bay, розташований на площі в 101 га з озерами, оранжереями, теплицями з унікальними рослинами тощо. Джерелом альтернативної нешкідливої енергії є створена екосистема, яка збирає дощову воду і працює як величезна сонячна батарея. Також разом з Кореєю і Японією Сінгапур є світовим піонером в галузі впровадження інтелектуальних транспортних систем.

Не перестають дивувати своїми інноваціями і ОАЕ. Масдар City (від арабського «المصدر» - «джерело») будується в ОАЕ, неподалік від Абу-Дабі. На території майбутнього оазису екологічної відповідальності до 2018 року мають ввести в експлуатацію першу чергу житлових, комерційних і громадських будівель для 1000 городян і 15 000 жителів передмістя. Масдар буде жити за рахунок поновлюваних джерел енергії, зокрема енергії сонця, адже ясна погода в Абу-Дабі триває в середньому 360 днів на рік. Сьогодні перші поселенці екоміста – студенти, які живуть в кампусі Масдарського інституту науки і технологій – використовують тільки таку енергію. На дахах і на землі навколо будівель встановлені сонячні батареї, поруч є

сонячна електростанція потужністю 10 МВт. Надлишки енергії вона поки передає в електромережу Абу-Дабі. Крім того, неподалік недавно почала працювати теплова електростанція «Сонце-1». Це величезне поле з 250 тисяч параболічних відбивачів і трубопроводом, що здатне забезпечити опаленням і гарячою водою 20 тисяч будинків.

Секрет енергетичної успішності Масдара полягає не тільки у використанні сонячних батарей. Місто спроектоване таким чином, щоб будівлі якомога менше нагрівалися, бруківка постійно була в тіні, а вулиці – з урахуванням напрямку вітрів і положення сонця. Воду в місті майбутнього будуть економити. Влада розраховує, що жителі Масдара зможуть знизити її споживання вполовину, порівняно зі звичайними спільнотами. Досягти таких величин повинні допомогти високоефективні деталі трубопроводу, «розумні» водяні лічильники.

Отже, проведений аналіз досвіду різних країн (залежних та незалежних від імпортованих вуглеводневих ресурсів та природного газу) щодо впровадження та використання технологій зеленої енергетики, свідчить про неабиякі можливості його використання в Україні. Та, на жаль, наша країна й досі залишається залежною від імпортованих енергетичних ресурсів, хоча й має власний потенціал для впровадження технологій в галузі «зеленої» енергетики (енергія вітру, сонця, води тощо). На Півдні країни активно використовують вітрову та сонячну енергію – на дахах приватних будинків, пансіонатів, санаторіїв можна побачити сонячні колектори, трубні чи плоскі, які прекрасно підігрівають воду для побутових потреб. І кількість таких геліосистем зростає. Сонячна ситуація в інших регіонах України також дозволяє ефективно використовувати такі системи. А в комплекті з тепловими насосами або з твердопаливними котлами, повністю відмовитися від використання газу для опалення та гарячого водопостачання.

Не зважаючи на значний природний потенціал України та можливості використання досвіду інших країн, ми можемо зазначити, що є безліч проблем щодо його впровадження:

- по-перше, це відсутність стабільних умов для гравців «зеленого» енергетичного ринку, що є наслідком недосконалої законодавчої бази;
- по-друге, складний пошук інвестицій в цю галузь;
- по-третє, утруднює впровадження зеленої енергетики низька інформованість населення та підприємств щодо використання можливостей відновлюваної енергетики.

Певні кроки у вирішенні даних проблем вже зроблені. Так, зокрема, було прийнято Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення конкурентних умов виробництва електроенергії з альтернативних джерел енергії», який став ключовим для формування конкурентоспроможного ринку відновлюваних джерел енергії. Завдяки змінам в українському законодавстві тепер громадяни нарівні з організаціями можуть продавати енергію, що генерується їх

альтернативним джерелом, за спеціальними зеленими тарифами. Це особлива тарифна сітка, згідно з якою уряд від імені державної компанії «Енергоринок» набуває у комерційних організацій і приватних осіб електричну енергію, генеровану із застосуванням відновлювальних джерел. Варто зауважити, що цим Законом «зелений» тариф прив'язано до курсу євро до 2030 року. А це означає захист інвестицій від інфляції.

За останні три роки Україна залучила понад 700 млн. євро в нові потужності з виробництва альтернативної енергетики. Про це повідомляє прес-служба Державного агентства з питань енергоефективності та енергозбереження. Також зацікавленість в українському ринку для впровадження своїх проектів в галузі зеленої енергетики висловили китайські та норвезькі інвестори.

Вирішення зазначених проблем, активне використання світової практики допоможе нам наблизитися до лідерів розвитку відновлюваної енергетики, здешевлення та вдосконалення технологій, а також до розвитку власної «зеленої» галузі.

СЕКЦІЯ 5 - ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРАВОВА ОХОРОНА ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

КАРМІНСЬКА-БЕЛОБРОВА М.В., к. держ.упр., ст.викл., НТУ «ХПІ»

ДЕЯКІ ПИТАННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В СФЕРІ ОХОРОНИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

Протягом декілька років вітчизняна українська економіка знаходиться у стані кризи. Однією із причин економічної, правової і соціальної нестабільності є відсутність науково-обґрунтованої моделі соціально-економічного розвитку України. У сучасному суспільстві забезпечення надійних гарантій правової охорони інтелектуальної власності є невід'ємний атрибут державної політики України.

За для удосконалення державного регулювання охорони інтелектуальної власності в Україні можна звернути увагу на досвід світових держав стосовно цього питання. Наприклад, у Німеччини на сучасному етапі простежується декілька основних тенденцій щодо розвитку нормативно-правового забезпечення інноваційною діяльністю яке направлене на децентралізацію патентно-ліцензійної діяльності на інтелектуальну власність. Великобританія, в свою чергу, відноситься до країн з англосаксонською правовою системою и в цій країні особливе значення відведено посиленню ролі закону, зокрема в питаннях регулювання охорони інтелектуальної власності. Істотною відмінністю американського підходу від англійського є те, що в США обмеження відповідальності за порушення авторського права визначено більш конкретно, ніж у Великобританії. Законодавство Франції в сфері охорони авторських прав дотримується класичної схеми "droit d'auteur", де визнається перевага особистих немайнових прав автора[1].

Якщо розглядати ситуацію, яка склалася в Україні в сфері інтелектуальної власності, то можна побачити, що в країні є відповідне чинне законодавство, яке відповідає міжнародним вимогам. Сьогодні система організації державного управління сферою інтелектуальної власності має таку структуру: Мінекономрозвитку є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади; ДСІВ є центральним органом виконавчої влади; державні заклади, віднесені до сфери управління ДСІВ (державні підприємства «Український інститут інтелектуальної власності», «Інтелзахист», державна організація «Українське агентство з авторських та суміжних прав»).

Державна система правової охорони інтелектуальної власності демонструє досить невисоку ефективність у рішенні головних завдань і нездатність забезпечити

становлення сфери інтелектуальної власності. Для впровадження в Україні європейських стандартів життя Уряд схвалив Концепцію реформування державної системи правової охорони інтелектуальної власності в Україні [2]. Метою Концепції є створення оптимальної, якісної та ефективної державної системи правової охорони інтелектуальної власності. Документ передбачає створення Національного органу інтелектуальної власності України (НОІВ) як юридичної особи публічного права. Згідно Концепції буде реорганізовано систему колективного управління майновими авторськими та суміжними правами та удосконалено національну правову базу та її гармонізація з актами Європейського Союзу. На нашу думку саме впровадження Національної стратегії сприятиме майбутньому розвитку та функціонуванню Національної системи інтелектуальної власності на якісно новому рівні.

Список літератури:

1. Всесвітня організація інтелектуальної власності [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://geneva.mfa.gov.ua/ua/ukraine-io/wipo>
2. Про схвалення Концепції реформування державної системи правової охорони інтелектуальної власності в Україні [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/402-2016-p>
3. Державний департамент інтелектуальної власності. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://sips.gov.ua/ua/current_statistics.html

ПИЛИПЕНКО А.А., к.ю.н., доцент, Університет митної справи та фінансів
СОЛОВЙОВА О.В., студент, Університету митної справи та фінансів

ЗДІЙСНЕННЯ ЗАХИСТУ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ПРИ ПЕРЕМІЩЕННІ ЧЕРЕЗ МИТНИЙ КОРДОН

В останні роки ми можемо спостерігати посилення уваги та вдосконалення і більш широкого використання такого правового інституту як захист прав інтелектуальної власності.

Насамперед, цьому свідчать дані Департаменту організації митної служби. Так, станом на 11.08.2014 року митний реєстр містив відомості про 1972 об'єкта права інтелектуальної власності, а станом на 30.10.2017 таких об'єктів зареєстровано 3566 [1].

Однією з причин розвитку даного процесу є інтеграція України в Європейський Союз та імплементація міжнародних нормативно-правових актів в національне законодавство, яке вимагає забезпечення надійного захисту прав інтелектуальної власності на рівні, що відповідає міжнародним стандартам.

На думку У. Кмецінської, Митний кодекс України містить певні прогалини, що перешкоджають встановленню об'єктивної істини у справах про порушення митних правил на підставі порушення прав інтелектуальної власності, що охороняються відповідно до закону [2]. Так, положеннями частини чотирнадцятої статті 399

Митного кодексу України встановлено, що у разі, якщо протягом строків, зазначених у частині другій цієї статті, порушення прав інтелектуальної власності під час переміщення через митний кордон України товарів, щодо яких прийнято рішення про призупинення митного оформлення, буде підтверджене висновком експертизи, проведеної відповідним уповноваженим органом, то в установленому Митним кодексом України порядку орган ДФС України порушує справу про порушення митних правил, а товари – безпосередні предмети правопорушення вилучаються [3].

Встановлення контрафактності товарів є правовим питанням і висновку експерта, в даному випадку, на нашу думку замало.

Разом з тим, переміщення через митний кордон товарів з порушенням права інтелектуальної власності може мати наслідком призупинення митного оформлення товарів з подальшим зверненням правовласника до суду із захистом своїх майнових прав та притягнення винної особи до адміністративної відповідальності. Наявність такої правової ознаки як контрафактність товарів є необхідним елементом складу адміністративного правопорушення, передбаченого статтею 476 Митного кодексу України, та водночас входить до предмету доказування в ініційованій правовласником судовій справі. Існування двох паралельних процесів може призводити до прийняття взаємовиключних рішень в обох справах, при цьому процесуально не пов'язаних між собою [2].

Тобто, рішення про порушення митних правил приймається, зазвичай, швидше ніж винесення судового рішення. Обумовлено це навіть процесуальним порядком прийняття адміністративних рішень порівняно з прийняттям судових рішень. Правовласник об'єкта права інтелектуальної власності виявляється не залученим в сам процес призначення адміністративного покарання і буквально не впливає на нього, тому часто звертається з позовом до суду для притягнення винної особи до відповідальності.

На думку У. Кмецінської сам факт контрафактності товару повинен визначатися на підставі не лише висновку експерта, а й шляхом встановлення істини в порядку господарського чи цивільного судочинства. На нашу думку такий підхід є доцільним.

Тобто, виникає наступна послідовність дій: призупинення оформлення товару, звернення до суду для встановлення контрафактності товарів, винесення судового рішення, притягнення до адміністративної відповідальності. Мінусом, в даному випадку, є збільшення тривалості процедури, порівняно із сьогодні існуючою.

Необхідно врахувати і той факт, що в судовому порядку відшкодовуються та відновлюються права правовласника об'єкта інтелектуальної власності, а встановлення відповідальності митним органом передбачає лише відповідальність за порушення митних правил.

Як ми бачимо, це питання потребує більш детального вивчення та врегулювання на законодавчому рівні.

Список літератури:

1. Перелік об'єктів права інтелектуальної власності, включених до митного реєстру. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/dovidniki--reestri--perelik/pereliki-/100237.html>
2. *Кмецінська У.В.* Захист прав інтелектуальної власності за митним законодавством України/ *У. Кмецінська* / Митна безпека - № 2 – 2014- с. 89-94. 3. Митний кодекс України - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4495-17/paran3363#n3363>

ЧОРНОКОНЬ С.М., студент, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

БОКОВЕЦЬ В.В., д.е.н., професор, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

ПРОБЛЕМА ВИРОБНИЧОГО ТРАВМАТИЗМУ В УКРАЇНІ

Безпека та здоров'я працівника – одне з основних прав людини. Державна політика в галузі охорони праці будь-якої країни світу будується на пріоритетності життя людини над результатами виробничої діяльності [1]. Нещасні випадки на виробництві та професійні захворювання були й залишаються величезною людською трагедією, причиною найбільш масштабних соціально-економічних втрат. Разом з тим рівень виробничого травматизму та професійної захворюваності залишаються найбільш важливими показниками, оцінки ефективності управління охороною праці.

Проблема виробничого травматизму неодноразово висвітлювалася у працях вітчизняних та закордонних науковців: В.М. Ярошевську, В.С. Венедіктова, М.І. Іншина, Г.Г. Гогіташвілі, Я.В. Крушельницьку та ін.

Проблема створення безпечних і нешкідливих умов праці в Україні існувала завжди, про що свідчить статистика нещасних випадків: ще понад 20 років тому на виробництві щорічно травмувалося 125 000 працівників, з них гинуло майже 3 000 [2, с.376].

Травмування можливо внаслідок дій хімічних чинників, наприклад, отрутохімікатів, електричного струму (опіки, електричні удари та ін.), високої або низької температури (опіки або обмороження), поєднання різних факторів.

Найпоширеніші технічні причини виробничого травматизму зазвичай такі незадовільний технічний стан виробничих об'єктів, засобів виробництва, транспортних засобів. Найпоширеніші психофізіологічні причини: травмування внаслідок протиправних дій інших осіб. До основних подій, які призвели до нещасних випадків, відносяться: падіння потерпілого, падіння, обрушення, обвалення предметів, матеріалів, породи, ґрунту тощо.

Згідно з даними Державної служби з питань праці можна прослідкувати тенденцію зміни кількості випадків травматизму на підприємствах. Так у 2014 році кількість травмувань на підприємствах всіх галузей становила 6318 випадків, у тому числі 548 смертельних. У 2015 році – 4260 випадків травматизму на підприємствах,

включаючи 375 смертельних випадків. У 2016 році ці показники становили 4428 випадків травматизму, в тому числі 400 смертельних випадків. За 9 місяців 2017 року 3135 випадків травматизму, з яких 257 смертельних. Проаналізувати тенденцію можна на рис. 1.

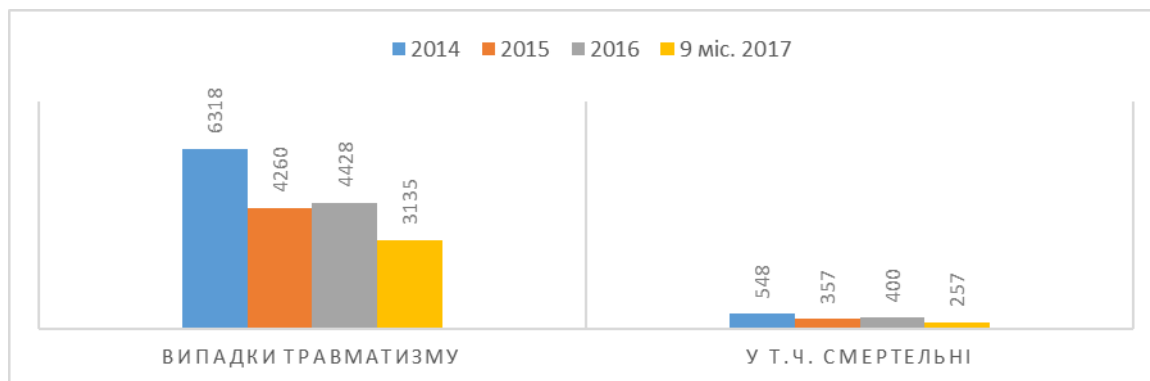


Рис. 1 - Рівень травматизму

Як видно з рис. 1, загальна тенденція випадків травматизму на підприємствах протягом 2014-2017 років зменшується, проте в 2016 році, порівняно з 2015 кількість збільшилась.

Згідно з даними Державної служби України з питань праці, за 9 місяців 2017 року, найбільший відсоток виробничого травматизму припадає на соціально-культурну сферу, та торгівлю – 22,8% (714 випадків), на вугільну промисловість – 18,6% (582 випадки). Найменший відсоток травматизму належить котлонагляду та підйомним спорудам – 0,4% (11 випадків). Найбільший відсоток смертельних випадків у агропромисловому комплексі – 20,6% (53 випадки), найменший відсоток смертельних випадків у легкій та текстильній промисловості – 0,4% (1 випадок) [3].

На сьогодні можна запропонувати застосування наступних заходів з охорони праці, які сприятимуть запобіганню випадкам виробничого травматизму: а) організаційні: проведення навчання та інструктаж з охорони праці, виробничої санітарії; б) технічні: модернізація технологічного обладнання, впровадження автоматичного та дистанційного керування виробничими обладнаннями; в) санітарно-виробничі: придбання або виготовлення пристроїв, що захищають працівників від електромагнітних випромінювань, пилу, газів; г) медико-профілактичні: придбання засобів миття та знешкодження; організація лікувально-профілактичного харчування.

Отже, проблема виробничого травматизму була і залишається великою проблемою сучасності. Незадовільний стан обладнання, безвідповідальне ставлення до умов праці та інші чинники забезпечують травмування робітників на підприємствах. Тож підприємства повинні приділяти більше уваги аналізу причин травмування та докладати максимум зусиль до зменшення його рівня.

Список літератури:

1. Гаврилець О. Охорона праці в умовах світової кризи // Охорона праці, 2009. - №12 - С.7-9

2. *Ткаченко І.В.* Виробничий травматизм - проблема сучасності: актуальні аспекти, причини та шляхи запобігання / *І.В. Ткаченко, І.І. Шпарка* // Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ. – 2013. – С. 375–381

3. Статистичні дані виробничого травматизму з початку року [Електронний ресурс] // Державна служба України з питань праці. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://dsp.gov.ua/statystichni-dani-vyrobnychoho-travma-2>

ШУБА І.В., к.т.н., доцент, НТУ «ХП»

ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ СТАРТАПІВ

Термін «стартап» було вперше використано виданням Форбс у 1976 році для визначення виду операційної діяльності [1]. Однак, найбільшого поширення воно набуло набагато пізніше з появою та стрімким поширенням високотехнологічних продуктів, мережі Інтернет тощо. До загальновідомих світових стартапів відносять HP (1939 рік заснування), Intel (1968 р), Microsoft (1975 р), Apple (1976 р), Amazon (1994 р), Google (1998 р), Facebook (2004 р). Згадані проекти відносяться до ІТ-технологій та Інтернету, однак відомі стартапи і в інших галузях, наприклад, проект «Emefcy» ізраїльської компанії по швидкій та дешевій очистці води, проект «StoreDot» по швидкій зарядці акумуляторів тощо. Загалом, цікаві та перспективні бізнес-ідеї найчастіше виникають на перетині інформаційних технологій з іншими галузям. Наприклад, поєднання знань в ІТ-сфері та медицині дозволили з'явитися дистанційній медицині та он-лайн додаткам, таким як «HealthTap», «Oscar Health Insurance» для контролю здоров'я та отримання консультацій лікаря.

За даними видання Businessviews щомісяця в США запускається понад 500 тис. стартапів [2], кожен з яких має пройти етапи від генерації ідеї до запуску та вирішити важливі питання: пошук ідеї, формування команди, розробка бізнес-плану та маркетингової стратегії, пошук інвестицій тощо. Оскільки основа стартапу це нова розробка, яка не має аналогів, то питання захисту та управління інтелектуальною власністю стоїть дуже гостро. Високотехнологічний стартап від звичайного бізнесу у більшості випадків відрізняють: високий ступінь невизначеності та ризиковості й швидкий етап реалізації. Враховуючи вищенаведені критерії, стартапери часто не приділяють належної уваги результатам інтелектуальної складової проекту, оскільки зосереджені на фінансовій стороні питання, швидкому виведенні продукту на ринок та отриманні прибутку, а процес набуття прав інтелектуальної власності їх відволікає [3]. До найвагоміших переваг набуття прав на об'єкти інтелектуальної власності з позиції стартапу належать:

- збільшення цінності нематеріальних активів проекту;
- сприяння залученню потенційних інвесторів на всіх стадіях життєвого циклу стартапу;

- забезпечення захисту від проявів недобросовісної конкуренції;
- отримання інформації при проведенні патентного пошуку стосовно рівня техніки та розробок найближчих конкурентів.

До недоліків можна віднести тривалість процесу набуття прав, наприклад, отримання патенту на винахід триває понад два роки, а більшість запущених стартапів не витримують такий термін та терплять невдачу. Також недоліком є недосконалість сучасного законодавства з питання правової охорони продуктів ІТ-сфери та цифрових продуктів, оскільки за своєю природою вони не завжди можуть підпадати під критерії охороноздатності реальних об'єктів.

Перед прийняттям рішення щодо набуття прав інтелектуальної власності необхідно чітко сформулювати мету проекту та визначитися з об'єктами. Патентувати необхідно ключові технології/продукти, які визначають комерційну та інноваційну цінність стартапу, захистивши їх тим самим від появи майбутніх конкурентів.

Список літератури:

1. Стартап / [електронний ресурс], режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki>
2. Все, что нужно знать о стартапах в США / [електронний ресурс], режим доступу: <http://businessviews.com.ua/ru/business/id/vse-chto-nuzhno-znat-o-startapah-v-ssha-1109>
3. Гаврильчик В. Стратегії управління ІВ у технологічних стартапах США / В. Гаврильчик // Інтелектуальна власність, 2017. - № 6. - С. 22-25.

СЕКЦІЯ 6 - УПРАВЛІНСЬКІ ТА ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ: ПРОДУКЦІЯ, ПІДПРИЄМСТВО, ДЕРЖАВА

МАКСИМЕНКО Я.А., к.е.н., професор, НТУ «ХПІ»

АНИЧКИНА І.О., студент, НТУ «ХПІ»

ПАТЛАНЬ К.В., студент, НТУ «ХПІ»

ПРОБЛЕМИ СТАБІЛЬНОСТІ ВАЛЮТНОГО КУРСУ В УКРАЇНІ

Одним із головних завдань національної економіки є зростання її конкурентоспроможності. Але конкурентоспроможність держави тісно пов'язана з конкурентоспроможністю підприємств і товарів [3], на яку значний вплив чинить валютний курс. В державній політиці валютний курс використовується як один із інструментів, завдяки якому можна сформувати динаміку макроекономічних показників, а також фактор створення умов для зростання обсягів виробництва і експорту, що є показником економічного розвитку країни [2].

Доцільно розглянути зміну валютного курсу з двох аспектів: з огляду на режим валютного курсу та з точки зору факторів, що впливають на нього. З точки зору режимів валютного курсу можна відмітити те, що з початку 90-х років в Україні вони постійно змінювалися. З 1993 року валютний курс мав множинний характер, а з 1994 року в Україні ввели фіксовано-регульований. В свою чергу період з 1995-1999 років характеризувався плавною девальвацією гривні (72,5%), але вже у 2000 р. відбувається ревальвація гривні. Далі з 2001-2005 роки валютний курс мав знов плаваючий режим, цьому сприяла підтримка позитивного сальдо торгового балансу, але вже період з 2008-2009 років характеризувався валютним дисбалансом. Задля покращення ситуації було встановлено офіційний курсу гривні, але це нажаль не допомогло уникнути економічної кризи 2010-2014 років, яка спричинила девальвацію паритету. В 2014 р. Україна перейшла до режиму вільно плаваючого валютного курсу. З 2015р. валютний ринок характеризувався деструктивними тенденціями [6].

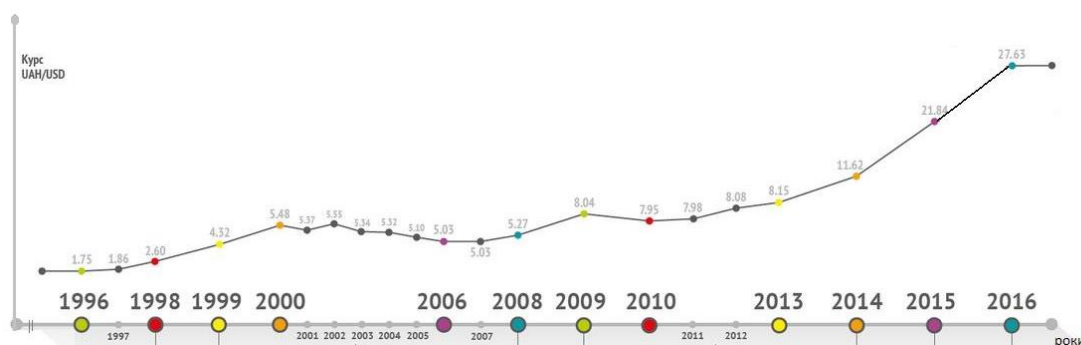


Рис. 1 – Девальвація української гривні з 1996 по 2016 роки [4]

До ключових факторів, що впливають на валютний курс належать: динаміка ВВП, рівень інфляції, торговельне сальдо, величина державного боргу України тощо.

За даними Мінфіну (рис. 2) можна зробити висновки про те, що в період криз на міжнародному ринку ВВП в Україні зменшився через відтік інвестицій, що призвело до девальвації валюти [1].

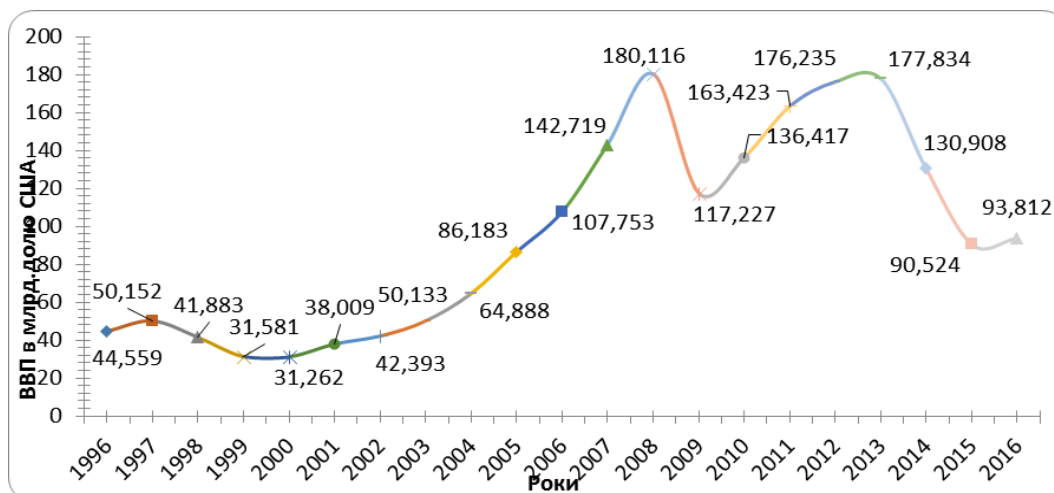


Рис. 2 – Динаміка ВВП України з 1996 по 2016 роки [1]

Інфляція також впливає на валютний курс. У 2014-2015 рр. згідно даними Мінфіну (рис. 3) на всі послуги та товари в Україні зросла ціна. Причина – збільшення паритету цін між імпортерами й експортерами. Україна – імпортозалежна, тому відбулось копіювання цін рівня світового ринку на продукцію [2].

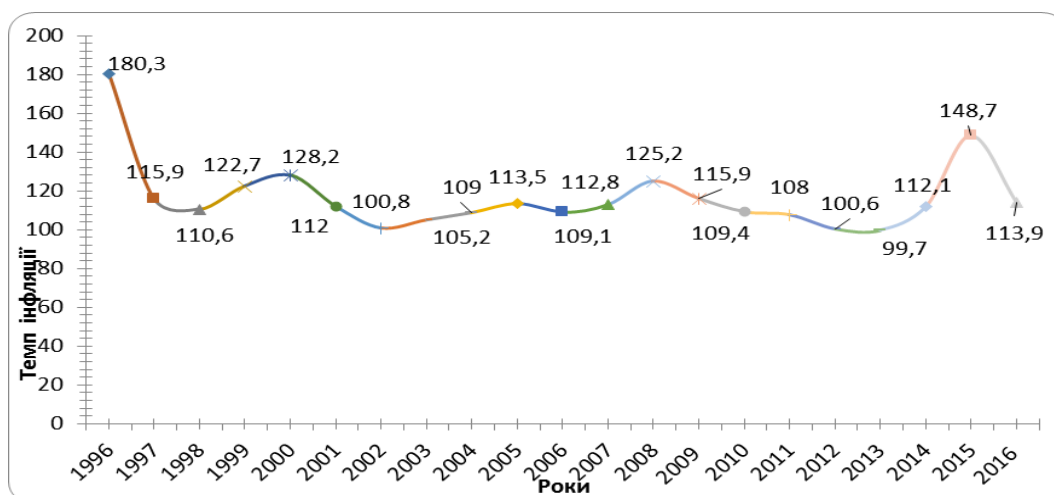


Рис. 3 – Динаміка зміни індексу інфляції в Україні з 1996 по 2016 [5]

Важливим фактором, що впливає на валютний курс, виступає торговельне сальдо. Так, з 2005 по 2008 роки експорт і імпорт товарів мали тенденцію до зростання, в 2009 році вони скоротились, а з 2010 року знов почали зростати. Така тенденція зберігалась до 2013 року, після чого знов намітилось падіння даних

показників. Аналогічну динаміку мав торговий баланс, залишаючись негативним протягом тривалого періоду часу [7]. Дана тенденція відбивається у динаміці валютного курсу.

Зі сторони НБУ у бюджеті України на 2015 р. обсяг державного боргу був у сумі 1,106 трлн. грн. (курс 21,84). Згідно з аналітичними матеріалами Мінфіну, середній термін до погашення боргу – 4,8 років. Зокрема, на 2016 рік розмір державного боргу збільшився до 157,21 трлн. грн. Як наслідок кредитори не будуть надавати нові запозичення для рефінансування, то в Україні можливий дефолт [2].

Таким чином, стабілізація валютного курсу є вкрай важливим завданням для забезпечення перспектив розвитку економіки. Для України із відкритою та нестабільною економікою потрібно ефективне функціонування валютного ринку, щоб забезпечити економічне зростання і як результат покращити життя населення. Важливу роль в вирішенні даної проблеми відіграє режим валютного курсу. В нинішніх умовах вільно плаваючий валютний курс приведе до макроекономічної нестабільності, фіксований курс дозволить виграти час, необхідний для реформування економіки [8]. Тому для стабілізації валютного курсу необхідно застосування фіксованого режиму або плаваючого режиму валютного курсу, але скоригованого державою.

Список літератури:

1. Валовий внутрішній продукт [Електронний ресурс] / Офіційний сайт міністерства фінансів України.– 2016. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/>
2. Дребот Н.П. Фактори впливу на курс національної валюти в Україні // Науковий вісник НЛТУ України. – 2016. – С. 190- 195
3. Дяченко Т.А. Конкурентоспособность экономики Украины в контексте современных тенденций развития мирового хозяйства / Т.А. Дяченко, В.А. Гырова // Вестник Национального технического университета "ХПИ". Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 36-1. – С. 146 -153.
3. Гривні – 20. Як змінювався курс національної валюти [Електронний ресурс] / Аналітичний портал Слово і Діло.– 2016. – Режим доступу: <http://www.slovoidilo.ua>
4. Козак Ю.Г. Економіка зарубіжних країн [Електронний ресурс] / Ю.Г. Козак. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – Режим доступу: <http://library.kpi>
5. Індекс інфляції в Україні [Електронний ресурс] / Офіційний сайт міністерства фінансів України.– 2016. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/economy/index/inflation/>
6. Козак Ю.Г. Економіка зарубіжних країн [Електронний ресурс] / Ю.Г. Козак. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – Режим доступу: <http://library.kpi>.
7. Максименко Я.А. Зовнішньоторговельні відносини України / Я.А. Максименко // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – Харків: НТУ «ХПІ», 2015. – № 60 (1169). – С. 145 – 148.
8. Максименко Я.А. Проблема курсообразования в Украине / Я.А. Максименко, В.В. Шпитальный // Труды 12-ї Міжнар. наук.-практ. конф. [«Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум – 2016»], (Харків, 6-8 грудня 2016 р.) / НТУ «ХПІ».– Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – С. 104 – 107.

ВИДРЯ П.В., студент, НТУ «ХПІ»

РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ В УКРАИНЕ

В мире глобализационные тенденции приобретают всеохватывающий характер.

В этих условиях конкуренция становится глобальной. Украина принимает активное участие в международных экономических отношениях [5]. Учитывая эти факты, а также то, что конкуренция является одним из самых действенных механизмов становления и развития рыночной экономики, ее исследование является важной и актуальной задачей.

Конкуренция представляет собой соперничество между рыночными субъектами, которые взаимно ограничены в достижении поставленных целей [3]. Если эту цель конкретизировать с точки зрения концепции маркетинга, то рыночной конкуренцией называется борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся фирмами на доступных им сегментах рынка [4]. Профессор Гарвардской школы бизнеса М. Портер выделил пять факторов, определяющих конкуренцию: действующие конкуренты, потенциальные конкуренты, товары-заменители, потребители, поставщики ресурсов [7]. Также в современной экономической литературе выделяют влияние субъектов, формирующих институционально-правовую среду рынка [2].

По методологии Антимонопольного комитета Украины (АМКУ) оценка конкуренции на рынке осуществляется на основании расчета концентрации ведущих фирм на рынке. По данным АМКУ высококонкурентными в Украине являются рынки сельскохозяйственной продукции, торговли, операций с недвижимостью, строительства [6].

Для совершенствования методики оценивания конкуренции АМКУ целесообразно использование и таких показателей, известных в мировой теории и практике, как индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана, показатель энтропии, индекс Лернера, Розенблюта, коэффициент вариации.

А предприятиям для всестороннего оценивания конкуренции целевого рынка, целесообразно учитывать кроме перечисленных показателей, характеризующих конкуренцию со стороны действующих конкурентов на рынке, также и конкурентное воздействие со стороны потенциальных конкурентов, производителей товаров-заменителей, потребителей, поставщиков ресурсов, субъектов, формирующих институционально-правовую среду рынка. С этой целью целесообразно использование интегрального показателя силы конкурентной позиции предприятия [1]. Кроме того, важно учитывать вероятность замедления темпов или прекращения роста в данной конкурентной отрасли.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что конкуренция является действенным механизмом регулирования экономики и для ее оценки целесообразно использование всего многообразия факторов, влияющих на нее.

Список литературы:

1. Дяченко Т.А. Методичний підхід до розробки конкурентних стратегій промислових підприємств з надання ремонтних послуг [Електронний ресурс] / Т.А. Дяченко // Ефективна економіка. – 2015. – № 9. – Режим доступу до журн. : www.economy.nayka.com.ua.
2. Дяченко Т.А. Оцінкаринкового конкурентного середовища підприємств, що надають послуги ремонту

електродвигунів, генераторів і трансформаторів / *Т.А. Дяченко* // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – Харків : НТУ «ХПІ», 2012. – Т. 2, № 14(920). – С. 80-87.

3. *Дяченко Т.А.* Формування конкурентних стратегій промислових підприємств на ринку ремонтних послуг : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 [Електронний ресурс] / *Тетяна Анатоліївна Дяченко* ; [наук. керівник *С. І. Архієреєв*] ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. – Харків, 2016. – 21 с.

4. *Котлер Ф.* Основы маркетинга: Пер. с англ.- М.: «Бизнес-книга», «ИМА – Кросс. Плюс», 1995. – 702 с.

5. Максименко Я.А. Украина в системе международных экономических отношений / *Я.А. Максименко, І.В. Гаврилова* // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – Харків: НТУ «ХПІ», 2014.– № 23(1066).– С. 33-39.

6. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.amc.gov.ua/

7. *Портер М.Е.* Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів/ Пер. з англ. *А. Олійник, Р. Скільський.* – К.: Основи, 1997. – 390с.

ЄРЕМЕНКО Є.С., магістрант, НТУ «ХПІ».

МАРКЕТИНГ: ВИЗНАЧЕННЯ, ПОНЯТТЯ, СУТНІСТЬ, ФУНКЦІЇ

У літературі існує декілька сотень визначень маркетингу Згідно Американської асоціації маркетингу (АМА), «Маркетинг - це здійснення бізнес-процесів за напрямком потоку товарів і послуг від виробника до споживача». Засновник теорії маркетингу Філіп Котлер стверджує, що: «Маркетинг - це мистецтво і наука правильно вибирати цільовий ринок, привертати, зберігати і нарощувати кількість споживачів за допомогою створення у покупця упевненості, що він являє собою найвищу цінність для компанії». Можна навести ще багато визначень маркетингу.

Виходячи з методології маркетингу, як ринкової концепції управління виробництвом і збутом, слід виділити наступні блоки функцій маркетингу.

- комплексне дослідження ринку, що включає аналіз сукупних характеристик власне ринку (у тому числі кон'юнктурні дослідження та прогнози), вивчення споживачів і проведення сегментації, аналізу споживчих властивостей товару і купівельних уявлень про нього, аналіз фірмової структури ринку й оцінку стратегічних позицій конкурентів;

- аналіз виробничо-збутових можливостей фірми - ревізія товарного асортименту, виробничих потужностей, системи матеріально-технічного постачання, науково-технічного та кадрового потенціалу компанії, її фінансових можливостей, системи збуту і просування товару на ринок і т.д. На основі отриманої інформації проводиться SWOT-аналіз - оцінка сильних і слабких сторін підприємства, можливостей і резервів розвитку;

- розробка маркетингової стратегії. Аналітична функція маркетингу може бути реалізована лише за наявності широкої та дієвої системи збору та обробки інформації. Зазвичай постійне спостереження за ринком поєднується зі спорадичними цілеспрямованими дослідженнями (наприклад, тести з оцінки впливу реклами, пробні продажі і т.д.).

Функція планування маркетингу включає два етапи:

- відповідними підрозділами компанії розробляються плани товарної, цінової, збутової, комунікаційної та кадрової політики;
- на основі цих планів формується програма маркетингу - важливий документ, від успішної реалізації якого залежить ефективна діяльність компанії в майбутньому.

Виробничо-збутова функція маркетингу передбачає здійснення закладених в планах напрямків:

- товарної політики (виробництво певної асортиментної гами продукції, розробка нових товарів, здійснення післяпродажного обслуговування товару, оновлення обладнання і т.д.);
- цінової політики (визначення рівня ціни за одиницю товару і динаміки цін в залежності від фаз життєвого циклу товару, встановлення співвідношення цін фірми з цінами конкурентів на кожному сегменті ринку і т.д.);
- збутової політики (створення каналів збуту, визначення моменту виходу на ринок, забезпечення системи товаропросування і т.д.);
- комунікаційної політики (здійснення заходів по просуванню товару на ринок: проведення рекламних кампаній, подання посередникам і споживачам відповідних пільг і Сидока, стимулювання власних співробітників, що займаються збутом продукції, участь у виставках і ярмарках і т.д.);
- кадрової політики (набір кадрів, навчання і перепідготовка персоналу, здійснення заходів щодо мотивації співробітників і т.д.).

Контрольна функція маркетингу здійснюється в процесі реалізації маркетингових програм, тобто протягом всієї маркетингової роботи, в той час як оцінка ефективності маркетингової роботи дає можливість по ходу реалізації вносити певні, обґрунтовані поправки і корективи в маркетингову діяльність для досягнення поставлених цілей. Це в свою чергу також сприяє загальному підвищенню результативності проведених заходів у сфері збуту і виробництва.

БАЛАНДА В.В., магістрант, НТУ «ХПІ»

ЧМЕЛЬОВА О.С., к.е.н., доцент, НТУ «ХПІ»

КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ З МЕТОЮ ОЗДОРОВЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО КЛІМАТУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Сучасна Україна переживає не дуже добрі часи: події на сході, економічна криза по всій території країни. Все це негативно впливає на стан розвитку економіки регіонів нашої країни, в яких неоднорідно розміщений великий, середній та малий бізнес. Специфіка саме малого бізнесу полягає в тому, що в кризових умовах малий

бізнес здатен продемонструвати високі темпи зростання та створення конкурентної середи за малий проміжок часу. Також малий бізнес ефективно впроваджує нові технології та різні інновації. В умовах регіону це виглядає найбільш вигідно. Серед всіх підприємств України малий та середній бізнес становить 99,8%. Для порівняння, в Німеччині малий і середній бізнес становить 99,7% всіх суб'єктів господарювання. Тобто, в Україні зараз навіть вищий показник. Також український малий і середній бізнес створює 59% доданої вартості, що теж перевищує аналогічні показники, наприклад в Польщі та ін. [2].

Головна роль підтримки малого бізнесу належить банківським установам. Від того, наскільки ефективно банки реалізують свої кредитні функції, багато в чому залежить економічний стан регіонів, що ними обслуговуються. Банківські кредити сприяють появі нових підприємств, збільшенню кількості робочих місць, будівництву об'єктів соціального та культурного призначення, а також забезпечують економічну стабільність[3]. А українські банки, в більшій своїй частині, не активно працюють з малим бізнесом, так як вважають його не надійним гравцем на ринку. І тільки найбільш великі банки, такі як Приватбанк, Укрексім банк, Ощадбанк, Кредобанк, Укргазбанк, CreditAgricole впроваджують програми по роботі з малим бізнесом, тим самим, підсилюючи свої позиції в банківському секторі. В Україні досі не розроблено чіткий механізм партнерства «держава-банк-малий бізнес». Що в свою чергу є показником відставання України від інших країн з більш потужною економікою. Саме ідея того що банк підтримує і стимулює розвиток малого бізнесу, та за це може отримати відповідні преференції від держави, повинна спонукати інші банківські установи звернути увагу на даний сектор економіки.

Україні слід переймати досвід інших країн в кредитуванні малого бізнесу, таких як Америка, Австрія, Німеччина, та також безліч азіатських лідерів світової економіки, наприклад: Японія, Китай, Республіка Корея та ін. Німеччина запустила 200 програм підтримки малого і середнього бізнесу під загальною назвою Mittelstand, які передбачають виділення на кредитування таких підприємств 15,5 млрд євро щорічно. Немало уваги малому і середньому підприємництву приділяється і в США. Бізнесу сприяють зниження податків і ряд організацій на кшталт U.S. Small Business Administration (SBA), яка понад 60 років займається підтримкою бізнесу і надає підприємствам фінансову та консультативну підтримку. Також організація виступає гарантом компанії перед кредиторами і надає позики до \$ 2 млн самостійно. Цікава практика розвитку малого і середнього бізнесу, котру згодом може перейняти і Україна, в Ізраїлі та Польщі. Уряд створює державні венчурні фонди, які інвестують в різні стартапи. Зараз в Польщі держбанк 60% всіх кредитів надає саме малому і середньому бізнесу. Максимальна сума такої гарантії складає до 1 мільйона євро, а вартість відсотків - перший рік безкоштовно, другий - 0,5%. Також провідна роль в наданні фінансової допомоги малим і середнім підприємствам належить Національній Фінансовій корпорації Японії. Вона надає таким підприємствам позики (на термін

більше одного року) на пільгових умовах на збільшення основного і оборотного капіталу. Володіючи розгалуженою мережею торгово-промислових палат (понад 500 по країні), вона щорічно видає позик на суму майже 500 млрд. ієн. В Японії є ще одна спеціалізована установа - банк «Соко-Чукин», який фінансує діяльність кооперативів, малих і середніх підприємств.

Отже, ефективне кредитування малого бізнесу сьогодні має стати для України необхідною умовою оздоровлення економіки її регіонів. Основний напрям розвитку цього процесу має полягати у формуванні дієвих регіональних програм кредитування малого бізнесу за підтримки системи «держава-банк-малийбізнес» та переймання досвіду міжнародних моделей розвитку малого бізнесу за чинником регіональності, це і Сполучені Штати, і Японія, тощо. Підтримка малого бізнесу та оздоровлення економічного клімату в регіонах України поступово призведе до інтенсивності розвитку економіки на державному рівні.

Список літератури:

1. Подержать малый бизнес. Как Украина отстала от мира [Електронний ресурс]: Еспресотв Режим доступу: www.espreso.tv
2. Примостка Л.О. Підручник. - 2-ге вид., доп. і перероб. - К.: КНЕУ, 2004. - 468 с.

КОЛЯДЮК А.А., студент, НТУ «ХПІ»

КОЛОТЮК Ю.С., студент, НТУ «ХПІ»

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У діяльності сучасних підприємств далеко не останню роль почало відігравати поняття конкурентоспроможності. Під конкурентоспроможністю підприємства прийнято розуміти його здатність бути затребуваним і успішним на ринку, змагатися з конкуруючими фірмами і отримувати більше економічних вигод у порівнянні з компаніями-постачальниками такої техніки. В цілому конкурентоспроможність характеристика комплексна і вона може бути виражена через набір показників. Для визначення положення, займаного економічним суб'єктом на внутрішньому і зовнішньому ринку необхідно здійснювати оцінку його конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність є інтегрованим показником, який часто визначається інтуїтивним відчуттям. Таке визнання конкурентоспроможності є дуже не професійним. Більше корисним визначення конкурентоспроможності є винахід показників як базису напрямків для підвищення конкурентоспроможності. Показники, які можуть бути використані при оцінці конкурентоспроможності компанії, різні і їх набір може відрізнятися в залежності від використовуваної методики оцінки.

У сучасній науці існує шість основних підходів до визначення конкурентоспроможності. Відповідно до першого підходу конкурентоспроможність

розглядається з точки зору переваг в порівнянні з конкурентами. Другий підхід заснований на теорії рівноваги А. Маршала. У виробника немає приводу для переходу в інший стан, і він досягає максимального прибутку і рівня збуту. Третій підхід полягає в оцінці конкурентоспроможності за якістю продукції на основі складання багатокутних профілів по різних характеристиках компетентності. Четвертий підхід являє собою матричну методику оцінки конкурентоспроможності, реалізується за допомогою складання матриць і попередньому виборі стратегії. На п'ятому місці є підхід структурний, завдяки цього підходу можна визначити положення підприємства через такі показники як: рівень монополізації галузі, наявність бар'єрів для нових підприємств, що з'являються на ринку. Шостий підхід функціональний, його представники визначають співвідношення між витратами і ціною, обсяги завантаження потужностей виробництва, кількість продукції, що випускається і інші показники. Відповідно до цього підходу конкурентоспроможними вважаються компанії, в яких краще налагоджено виробництво і подальша реалізація товару.

Перша група показників, які характеризують ефективність виробничо-торговельної діяльності підприємства. Серед них можна виділити: співвідношення чистого прибутку до чистих продажів, співвідношення чистого прибутку до чистої вартості матеріальних активів, а також використовується співвідношення чистого прибутку до чистого оборотного капіталу. Друга група показників є показники інтенсивності використання основного капіталу і оборотного. Як представники цієї групи можна назвати: співвідношення чистих продажів до чистої вартості матеріальних активів, співвідношення чистих продажів до чистого оборотного капіталу, співвідношення основного капіталу до вартості матеріальних активів, співвідношення чистих продажів до вартості матеріально-виробничих запасів і співвідношення матеріально-виробничих запасів до чистого оборотного капіталу. Заклучна група показників представлена показниками фінансової діяльності. Це такі характеристики, як: співвідношення поточного боргу до вартості матеріальних активів, співвідношення оборотного капіталу до поточного боргу, співвідношення поточного боргу до вартості матеріально-виробничих запасів, співвідношення довгострокових зобов'язань до чистого оборотного капіталу. Нам видається останній підхід до визначення конкурентоспроможності найбільш точним і максимально повно відображає ринкову ситуацію.

БАЗИЛЮК В.Б., к.е.н., доцент, Українська академія друкарства

КУРТЯК І.Б., магістрант, Українська академія друкарства

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ СТРАТЕГІЧНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ

Для посилення своїх позицій в конкурентній боротьбі та досягнення успіху на

ринку видавничо-поліграфічних послуг підприємству потрібно грамотне стратегічне позиціонування, яке полягає у визначенні найбільш доцільної ринкової ніші в рамках об'єктивної зовнішньої ситуації та вироблення напрямів свого подальшого розвитку, тобто стратегії. Для того, щоб визначити свою стратегічну позицію, підприємству було б доцільним згрупувати кілька конкурентів у галузі в окремі стратегічні групи. Ці групи формуються з компаній, стратегії яких подібні між собою, займають однакові позиції на ринку і дотримуються стратегії, використовуючи подібні ресурси.

Об'єднати поліграфічні підприємства в одну стратегічну групу можна на основі таких ознак:

- розмір підприємства;
- частка на ринку;
- географічний розкид операцій;
- характеристики продукції;
- операційне охоплення.

У рамках аналізу окремої стратегічної групи вивчається діяльність кожного підприємства, виявляються властиві їм типи стратегій, що дуже важливо для підприємства, яке виходить на ринок поліграфії. Адже така інформація може бути корисною для вибору ним своєї стратегії. У цьому аспекті можна наступні види стратегій, які відображають чотири відмінні підходи до розвитку поліграфічного підприємства і пов'язані зі зміною стану одного або декількох таких елементів: продукту, ринку, галузі, положення всередині галузі, технології.

Стратегія концентрованого зростання — сюди потрапляють ті стратегії, які пов'язані зі зміною продукту або ринку і не стосуються трьох інших елементів [1].

Стратегія інтегрованого росту — припускає розширення поліграфічного підприємства шляхом додавання нових структур. Виділяються два основних типи стратегій інтегрованого зростання:

- стратегія зворотної вертикальної інтеграції, спрямована на розвиток підприємства через придбання або посилення контролю над постачальниками, а також створення дочірніх структур, що здійснюють постачання;
- стратегія вертикальної інтеграції, що виражається у зростанні підприємства через придбання або посилення контролю над структурами, що перебувають між ним і кінцевим споживачем, тобто над системами розподілу і продажу.

До стратегій диверсифікованого зростання належать:

- стратегія центрованої диверсифікації, що базується на пошуку і використанні ув'язнених в наявному бізнесі додаткових можливостей для виробництва нових продуктів;
- стратегія горизонтальної диверсифікації, що передбачає пошук можливостей зростання на існуючому ринку за рахунок нової продукції, необхідної нової технології, відмінної від застосовуваної;

- стратегія конгломеративної диверсифікації, яка полягає в тому, що підприємство розширюється внаслідок виробництва технологічно не пов'язаних нових продуктів з уже виробленими, які реалізуються на нових ринках.

Стратегія реагування — допускає недолік у постійному взаємозв'язку між стратегією, структурою та культурою підприємства. Їх здебільшого неефективні реакції на тиск і зміни навколишнього середовища переважно припускають поступову зміну стратегії [23, с. 67–75].

Для виявлення конкурентів з подібними стратегіями при аналізі конкурентного середовища поліграфічному підприємству слід використовувати карту стратегічних груп. Угрупування конкурентів зі стратегічною ознакою дає змогу краще зрозуміти конкурентне оточення підприємства. Іншими словами, вона допомагає виявити тих конкурентів, які найбільш схожі з аналізованим підприємством і потребують більш пильної уваги, а також визначити ті підприємства, які займають інші позиції на ринку і дотримуються іншого курсу розвитку.

Список літератури:

1. *Моргулець О.Б.* Менеджмент у сфері послуг : навч. посіб. / *О.Б. Моргулець*. – К.: ЦУЛ, 2012. – 384 с.
2. *Виханский О.С.* Стратегическое управление / *О.С. Виханский, А.И. Наумов* — М. : Гордерике, 2002.

МАКСИМЕНКО Я.А., к.е.н., професор, НТУ «ХПІ»

ЩЕРБАК Н.В., студент, НТУ «ХПІ»

САВЧУК Г.О., студент, НТУ «ХПІ»

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Глобалізація, що означає посилення взаємозв'язків і взаємозалежностей всіх країн світу здійснює суттєвий вплив на диверсифікацію світових ринків, розвиток міжнародних форм підприємництва, підвищення ролі транснаціональних корпорацій в світогосподарських процесах [4]. Так як ТНК - складні багатогалузеві структури з широкими масштабами діяльності, то конкуренція між ТНК має багатоаспектний характер. Конкуренція відображається всередині галузі, між галузями і на глобальному рівні. Положення ТНК на світовому ринку залежить від реалізуємої стратегії, значне місце в якій займає інноваційна складова [3], внутрішньої організації компанії, а також темпів розвитку НТП, що в сукупності впливає на формування і розвиток стійких конкурентних переваг. Слід зазначити, що створення конкурентної переваги можливо тільки при повній обізнаності про фактори конкурентоспроможності інших суб'єктів ринку.

На основі дослідження і обробки наукових матеріалів, ми виділяємо основні умови до формування конкурентних переваг ТНК: 1) створення позитивного іміджу у

свідомості споживача; 2) ефективне використання ресурсів підприємства і нематеріальних активів; 3) розташування іноземних філій безпосередньо поблизу ринків реалізації; 4) використання ефекту масштабу, не ігноруючи при цьому підтримування високої якості продукції; 5) поширення свого економічного впливу з метою захоплення інших ринків збуту; 6) гнучкість інвестиційної політики і ефективна організація руху капіталу; 7) оптимізація організаційної структури ТНК; 8) можливість безперервного доступу до якісної і актуальної інформації; 9) мобільність, здатність швидкого пристосування до змін; 10) акцент на національній культурі і специфіці поведінки споживачів кожної окремої країни; 11) диверсифікація діяльності ТНК; 12) використання соціально-етичної концепції маркетингу; 13) ефективне управління політикою ціноутворення.

Враховуючи специфіку своєї діяльності і тенденції ринку, ТНК повинні забезпечувати дотримання вищенаведених умов і максимізувати застосування всіх потенційних джерел конкурентних переваг. Дані питання щодо конкурентоспроможності ТНК розглядає Ракітіна Н.О. [5].

В останні роки з'явилося багато публікацій рейтингів найбільших транснаціональних корпорацій світу. Найбільш популярні серед них - це рейтинг Fortune Global 500 (500 найбільших ТНК) і Forbes Global 2000 (2 тис. найбільших ТНК). У списку FORBES Global 2000 2017 представлені публічні компанії з 58 країн, які разом отримують дохід у розмірі 35,3 трлн. дол., прибуток в розмірі 2,5 трлн. дол., 169,1 трлн. дол. активів і мають загальну ринкову вартість в 48,8 трлн. дол. Всі чотири показники перевищують рейтинг 2016 року, при цьому ринкова капіталізація зросла на 10% в порівнянні з минулим роком [7].

Компанії США складають більшість членів списку (565), за ними слідують Китай і Гонконг, в яких знаходяться 263 компанії Global 2000.

Ми можемо відзначити тенденцію поступового витіснення колишніх лідерів - західних компаній. Це говорить про те, що відбувається поступовий перерозподіл сфер впливу в світовій фінансовій системі. Найбільш яскраво це виражено в тому, що китайські ТНК демонструють стрімкий розвиток. Чотири китайські компанії увійшли в топ-10 в рейтингу за версією Forbes. Це такі компанії, як ICBC (1 місце в рейтингу, доходи: \$ 42 млрд.); China Construction Bank (2 місце в рейтингу; доходи: \$ 35 млрд.); Agricultural Bank of China (6 місце в рейтингу; доходи: \$ 27,8 млрд.); Bank of China (7 місце в рейтингу; доходи: \$ 24,9 млрд.) [7].

Українські компанії в даному списку не представлені, хоча є представники таких країн, як Аргентина, Венесуела, В'єтнам, Данія, Індія, Індонезія, Казахстан, Марокко, Нігерія, Румунія, Філіппіни, Чилі.

На розвиток національної економіки сильно впливає обсяг і рух прямих іноземних інвестицій (ПІІ). Глобальні потоки ПІІ в 2015 році зросли на 38%, до \$ 1,76 трлн., і досягли свого найвищого рівня в порівнянні з 2007 роком. Найбільше вкладаються ПІІ в Україні в фінансовий сектор, торгівлю, ремонт, операції з

нерухомістю, підприємницькі послуги, що дозволяє зробити висновок про те, що головною метою інвестування в Україну є прагнення світових ТНК до використання українського ринку для отримання швидкого прибутку [2].

Українським підприємствам з метою формування власних конкурентних переваг на міжнародних ринках слід вступати в співпрацю з іноземними ТНК для того, щоб використовувати переваги залучення ПП.

В цьому зв'язку важливим питанням є вибір міжнародної стратегії. «Якщо стратегія компанії узгоджена з інтересами і можливостями кадрів, гармонічно вливається в галузеву політику і стратегічний напрям розвитку держави, враховує і використовує конкурентні переваги не тільки фірми, але і країни її походження, то вона претендує не тільки на досягнення власних стратегічних цілей, але і на суттєвий вклад в досягнення стратегічних цілей економічних суб'єктів всіх інших рівнів, в тому числі і держави» [1].

Активність ТНК і приплив прямих іноземних інвестицій в Україну значно поступається іншим країнам Східної Європи і СНД. Але Україна залишається привабливою для діяльності ТНК.

На даний момент ми можемо визначити, що для глобальних компаній привабливими є наступні сектори економіки України [6]:

- виробництво тютюнових виробів: ТНК Japan Tobacco International, Imperial Tobacco Group, Philip Morris, B.A.T.;
- виробництво алкогольних та безалкогольних напоїв: ТНК Coca-Cola, Pepsi («Сандора»), Orangina Group («Росинки»);
- переробка та виробництво олійних і зернових культур: компанії Bunge (ТМ «Олейна», «Щедрий дар»);
- переробка молока: ТНК Groupe Lactalis, Bel Group, Danone (Франція), Юнімілк (Росія);
- виробництво кондитерських виробів (шоколаду) і концентрованих харчових продуктів: ТНК Nestle (ТМ «Світоч», «Торчин-продукт», «Крафт Фудз» (ТМ «Корона»);
- виробництво продуктів побутової хімії та парфумерії: ТНК Procter & Gamble (США).

У цих галузях, при сприятливих умовах, Україна сама могла б сформувати власні конкурентні переваги та створити компанію світового лідерства.

Отже, в майбутньому Україні необхідно стимулювати створення національних ТНК, підтримувати їх розвиток на основі державно-приватного партнерства, адже саме цей шлях дозволить сформувати сектор високотехнологічних конкурентоспроможних вітчизняних компаній, здатних гідно конкурувати у світовій економіці.

Список літератури:

1. Дяченко Т.А. Особенности разработки стратегий фирм в условиях глобализации / Т.А. Дяченко //

Вестник Национального технического университета «ХПИ». Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ «ХПИ», 2006. – № 02 (1). – С. 71 – 74.

2. Дяченко Т.А. Проблема іноземного інвестування в Україні / Т.А. Дяченко // Труды XII – ої Міжнародної науково – практичної конференції «Оптимум - 2016», (Харків, 6 - 8 грудня 2016 р.) / НТУ «ХПИ». – Харків: НТУ «ХПИ», 2016. – С. 135 – 136.

3. Крамської Д.Ю. Формування стратегій інноваційного розвитку підприємства / Д.Ю. Крамської // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПИ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПИ". – 2011. – № 8. – С. 161-172.

4. Максименко Я.А. ТНК и перспективы их развития в Украине / Я.А. Максименко // Вестник Национального технического университета "ХПИ". Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2006. – № 2 (1). – С. 129-133.

5. Ракітіна Н.О. Конкурентоспроможність транснаціональних корпорацій високотехнологічного бізнесу: «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / Н.О. Ракітіна ; Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана.– К., 2016. – С. 285.

6. Чумак Н.В. Проблемні аспекти діяльності транснаціональних корпорацій в Україні / Н.В. Чумак // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 9. – С. 720.

7. The World's Biggest Public Companies 2017 [Електронний ресурс] / Forbes. – Режим доступу: <https://www.forbes.com/global2000>.

МИХАЛЬЧУК О.В., студент, НТУ «ХПИ»

ЛУЧКІН Є.О., студент, НТУ «ХПИ»

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ КРИЗИ

В процесі своєї діяльності підприємство перебуває під впливом багатьох зовнішніх факторів і правильно вибрана стратегія виробництва та належним чином визначений обсяг випуску продукції забезпечують бажаний результат діяльності підприємства. Таким чином, виробнича діяльність підприємства, врешті-решт, жорстко зумовлюється загальною економічною ситуацією, галузевими пропорціями і платоспроможним попитом населення, а також ефективною діяльністю самого підприємства. Відповідно підприємства, не маючи змоги змінювати такі фактори, повинні оперативно та адекватно реагувати, організовуючи свою виробничу діяльність, таким чином, щоб мінізувати їх вплив на свої економічні показники. При значному відхиленні фактичних економічних показників від планових та порушенні зобов'язань при проведенні платежів на підприємстві виникає потреба в реалізації антикризового управління.

Основною метою антикризового управління відновлення платоспроможності підприємства за рахунок реалізації сукупності заходів направлених на ефективне управління: запасами, дебіторсько-кредиторською заборгованістю, прибутком, обсягом реалізації продукції, капітальними вкладеннями, витратами.

Ефективність управління запасами і дебіторсько-кредиторською заборгованістю забезпечує мінімізацію витрат коштів на закупівлю сировини та матеріалів, найбільш швидке повернення коштів за відвантажену продукцію, що в свою чергу зменшує потребу в обігових коштах. Таким чином, зменшується залежність діяльності підприємства від фінансових установ.

Управління прибутком здійснюється на основі впровадження механізмів та

інструментів майстерності економічного управління, що дає змогу прогнозувати господарську й комерційну ситуацію та визначати оптимальне співвідношення витрат і результатів. Об'єктивна необхідність впровадження таких інструментів визначається:

- посиленням нестабільності зовнішнього середовища, що висуває додаткові вимоги до системи управління підприємством;
- ускладнення систем управління підприємством, що потребує механізму координації діяльності всередині системи управління;
- побудова спеціальної системи інформаційного забезпечення управління;
- прагнення до системності, синтезу, інтеграції знань різних галузей людської діяльності.

Управління обсягом реалізації продукції ґрунтується на виборі оптимальної виробничої програми і формуванні збутової мережі.

В результаті проведених заходів повинна бути сформована приваблива сукупність товарів для виробництва на підприємстві. Як в торгівлі, так і у виробництві виникають альтернативи між ефективністю витрат, з одного боку, і ефективністю продажів - з іншою. Невеликий асортимент вимагає менших витрат, а великий забезпечує більший об'єм продажів.

Управління капітальними вкладеннями ґрунтується на визначенні об'єкту і характеру інвестування та на оцінці ризиків обумовлених впливом зовнішніх та внутрішніх факторів.

Управління витратами ґрунтується на оптимізації: системи норм і нормативів, заробітної плати і накладних витрат.

Розробка антикризової програми управління здійснюється на основі системності і комплексності та направлена на досягнення стійкого зростання економічних показників підприємства.

ПАНТЕЛЄВ М.С., к.т.н., доц., НТУ «ХП»

ШМАТЬКО Н.М., к.е.н., доц., НТУ «ХП»

СТАРИКОВСЬКИЙ С.В., магістрант, НТУ «ХП»

СТРАТЕГІЧНИЙ КОНТЕКСТ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Згідно ст. 62 Господарського кодексу України, сутність поняття «підприємство» наступне: «Підприємство - це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентними органами державної влади або органами місцевого самоврядування або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому законодавством».

Таким чином, підприємство - це свідоме, систематизоване об'єднання людей, створене для досягнення певних цілей. Підприємство є відкритою системою, вбудованою в ринкове середовище. Досягнення цілей підприємства передбачає використання ресурсів, управління ними, перетворення ресурсів в кінцевий продукт і передачу продукту в зовнішнє середовище. При цьому, управління стає синонімом поняття «менеджмент», тобто процесом планування, організації, мотивації і контролю, необхідного для того, щоб сформулювати і досягти цілей організації. Як відкрита система, життєздатність підприємства нерозривно пов'язана з процесом його розвитку [1, 2], тобто незворотними, спрямованими, закономірними змінами, в результаті яких виникає новий якісний стан об'єкта, зміна його складу або структури, тобто виникнення, трансформація або зникнення його елементів або зв'язків.

Саме спрямованість підприємства на досягнення цілей, задоволення потреб ринку і особистих потреб колективу, забезпечення життєздатності підприємства в довгостроковому періоді, підтримка і зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку, адаптивність, ефективність, особливий характер аналізу зовнішньої та внутрішнього середовища підприємства а також ряд інших складових, визначає стратегічний контекст у діяльності підприємства.

У широкому сенсі стратегія - це напрямок досягнення мети. Якщо мета - це орієнтир, до якого спрямовується підприємство, то стратегія - це шлях його досягнення.

Стратегічний контекст у діяльності підприємства наочно відображається в системі знань щодо стратегічного управління, які розроблені у так званих «Школах стратегічного менеджменту»: формування стратегії як процесу осмислення (школа дизайну); формування стратегії як формального процесу (школа планування); формування стратегії як аналітичного процесу (школа позиціонування); формування стратегії як процесу передбачення (школа підприємництва); формування стратегії як ментального процесу (когнітивна школа); формування стратегії як процесу, який розвивається (школа навчання); формування стратегії як процесу ведення переговорів (школа влади); формування стратегії як колективного процесу (школа культури); формування стратегії як реактивного процесу (школа зовнішнього середовища) та формування стратегії як процесу трансформації (школа конфігурації).

Підґрунтям стратегічного контексту у діяльності підприємства є спеціалізований аналіз його зовнішнього і внутрішнього середовища та особливий механізм прийняття і реалізації адекватних управлінських рішень, що впливає з такого аналізу.

Список літератури:

1. *Побережний Р.О.* Сутність стратегій розвитку підприємства: класифікаційний аспект / *Р.О. Побережний* // Науковий журнал Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика». – 2016. – Вип. 5-1 (05). – Ч. 1. – С. 129-135.
2. Стратегии инновационного развития экономики. Современные инновационные трансформации. : кол. моногр. / под научн. ред. *П.Г. Перервы, О.И. Савченко*. – Х. : ТОВ «Щедра садиба плюс», 2013. – Ч.1. – 243 с.

ПОЛЯК Р.Ю., студент, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
ЛОЯНІЧ Г.С., к.т.н., доцент, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Молочна продукція займає одне із провідних місць серед інших продуктів харчування. Наявність у ній легкозасвоюваних органічних речовин (білків, жирів, вуглеводів), а також мінеральних елементів, необхідних організму, робить її незамінним харчовим продуктом.

Проблеми, пов'язані із якістю та конкурентоспроможністю молочної продукції відображені в працях таких дослідників: В. Касянчук, Г. Лояніч, Е. Арзянцева, О. Лакішик, А. Твердохліба, І. Орлова, О. Якубчак та ін.

Галузь виробництва і реалізації молочної продукції залежить від стану та розвитку тваринництва в Україні. Основною проблемою в тваринництві є зменшення кількості великої рогатої худоби. Проте, незважаючи на негативну тенденцію, виробництво молока в Україні на протязі останніх років залишається приблизно на одному рівні [1, с. 16].

При визначенні якості молочних товарів враховують органолептичні, фізико-хімічні і мікробіологічні показники; стан споживчої і транспортної тари, стан та показники маркування та ін. Підґрунттям для якісного забезпечення молочної продукції можуть виступати декілька позицій.

В першу чергу, сьогодні в Україні гостро стоїть питання якості коров'ячого молока як сировини. Це пояснюється тим, що переважаюча частка молочної продукції на сучасний ринок постачається із господарств населення, в яких використовується лише ручне доїння. Звідси потенційна та реальна можливість бактеріального забруднення молока.

По-друге, якість молока як початкової сировини повинна відповідати нормам безпеки. Індикаційними та найбільш важливими показниками якості молока та молочних продуктів є мікробіологічні або бактеріологічні показники [2, с. 18].

По-третє, вагомою складовою забезпечення якості молочної продукції є належна переробка молока та відповідне виготовлення молочної продукції із використанням сучасних технологій. Також кожна партія досліджуваного молочного продукту має бути оцінена технічним контролем.

По-четверте, належне забезпечення вітчизняного споживача якісною молочною продукцією потребує державного регулювання. Відносини, які виникають під час виробництва, транспортування, переробки, зберігання та реалізації, ввезення на митну територію та вивезення з митної території України молока, молочної сировини та молочних продуктів, регулюються Законом України “Про молоко та молочні продукти” від 2004 року [3].

Виходячи із дослідження сучасного стану та проблем якості вітчизняної молочної продукції можна зазначити, що молоко наразі займає одне з провідних місць серед інших продуктів харчування. Варто констатувати низку чинників технічного та економічного характеру, які зумовлюють складну ситуацію. До них відносяться: низькі санітарно-гігієнічні показники молочної сировини; застаріле обладнання, устаткування; порушення або неналежне дотримання основних виробничих процесів.

Список літератури:

1. *Аршаулов В.С., Лояніч Г.С.* Стан ринку молока та молочних продуктів в Україні / *В.С. Аршаулов, Г.С. Лояніч* // Наука і молодь в ХХІ сторіччі. – 2016 – №3. – С. 16.
2. *Арзянцев С.* Высокие технологии – высококачественный продукт // Діловий вісник. – 2007. – №11. – С. 18-19.
3. Про молоко та молочні продукти: Закон України від 24.06.04, №1870-IV.

ПОЛЯКОВА А.І., асистент, НТУ «ХП»

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ НАУКОМІСТКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Сучасний світ характеризується всезростаючою взаємозалежністю, глобальною інтеграцією в технічному, фінансовому та інформаційному відношенні. Рівень соціально-економічного розвитку держави визначається не тільки наявністю сировинних ресурсів, а у більшому ступені потенціалом наукомістких виробництв. Але формування асортименту наукомістких виробництв має ряд особливостей, які доцільно розглянути.

Особливості реалізації функцій формування асортименту наукомісткої продукції об'єктивно обумовлені специфічними особливостями як ринку в цілому, так і наукомісткої продукції. Найбільш істотним з точки особливостей формування асортименту наукомісткої продукції є технічна складність і новизна наукомісткої продукції. Це проявляється через достатню складність моделювання процесів функціонування та створення зразків наукомісткої продукції, а також відсутність достатнього обсягу статистичних даних для проведення техніко-економічних розрахунків. Це пов'язано з тим, що на ринку наукомісткої продукції, зазвичай, відсутні прямі конкуренти. Як наслідок виникає достатньо високий рівень невизначеності при оцінці науково-технічного, соціального чи комерційного ефектів [1].

Важливою особливістю будь наукомісткої продукції є її поетапне розвиток протягом життєвого циклу, а також труднощі визначення її споживної вартості. Завдяки появі нових знань і потреб суспільства відбувається зміна споживчих якостей наукомісткої продукції протягом кожного з етапів життєвого циклу, що впливає на формування асортименту наукомісткої продукції.

Значну роль при формуванні наукомісткого асортименту має необхідність великих часових і матеріальних витрат на проведення науково-дослідних і дослідно-

конструкторських робіт при розробці та створенні наукомісткої продукції. Проте попит на наукомістку продукцію схильний до різких коливань через розвиток нових технологій. Очевидно, що створення продукції на базі нових досягнень науково-технічного прогресу вимагає проведення значного обсягу досліджень [2].

Для створення наукомісткої продукції необхідні достатньо великі обсяги ресурсів. Через що виникає потреба у кооперації як на місцевому, так і на міжнародному рівнях. При формуванні асортименту наукомісткої продукції слід звертати увагу на те, що при створенні наукомісткої продукції залучено велику кількість суміжних та підтримуючих галузей, що ускладнюють процес формування асортименту наукомісткої продукції.

Отже, до істотних особливостей наукомісткої продукції, що впливає на формування асортименту наукомісткої продукції, можна віднести нестійкість попиту на неї, динамічну конкурентоспроможність, а також велику чутливість до інновацій, специфічне ціноутворення, залежність від інноваційного потенціалу споживача, а також наявність поряд з цільовим комерційним інших ефектів.

Саме через це постає складність в формуванні асортименту наукомісткої продукції.

Список літератури:

1. Виноградова Е. Управление процессом внедрения технологических инноваций на промышленных предприятиях и в корпорациях. РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция / Е. Виноградова, В. Самочкин, В. Барахов – М., 2013. № 2. – С. 88-92.

2. Мнацаканян Н.В. Перспективи розвитку інноваційної діяльності промислових підприємств України // http://www.confcontact.com/2007may/4_mnaca.htm.

САКУН Т. В., магістрант, НТУ «ХПІ»

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах розвитку вітчизняних підприємств управління їх конкурентоспроможністю розглядається як один з аспектів менеджменту, дія якого спрямована на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг й забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

Ринкова конкуренція ставить перед підприємствами завдання щодо пристосування до вимог мінливого конкурентного середовища функціонування, зокрема завдяки розв'язанню проблеми формування ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства.

Вагомі наукові внески у розробку методичних підходів та механізмів управління та збезпечення конкурентоспроможності підприємств внесли Г. . Азосєв, Р.А. Фатхутдінов, А.Ю. Юданов, М. Портер, І. Ансофф, О. Савчук, О.Б. Чернега, М. Мескон, В.А. Биков, Ф. Котлер, Д. Рікардо, М.Г. Долинська, Т. Загорна й інші

вітчизняні та зарубіжні економісти.

Конкурентоспроможність підприємства – це концентрування проявлення переваг над конкурентами в економічній, технологічній, організаційних сферах діяльності підприємств, яке можна визначити економічними показниками [1].

Ефективне управління конкурентоспроможністю підприємства – результат низької собівартості продукції, високого ступеню диференціації товарів, раціонального сегментування ринку, застосування інновацій, швидкого реагування на потреби ринку, високий рівень продуктивності праці, кваліфікації персоналу, якість і технічний рівень продукції, стратегічне мислення на різних рівнях управління.

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

У сучасній теорії і практиці управління конкурентоспроможністю підприємства розглядають як сукупність наступних елементів [2]:

- планування розробки продукції, виробництва та збуту;
- організація – оптимізація організаційної структури, забезпечення ресурсами та стимулювання збуту;
- мотивація працівників підприємства та контрагентів;
- контроль якості продукції та ресурсів, ефективності реалізації управлінських рішень і рівня конкурентоспроможності.

На ефективність управління конкурентоспроможністю підприємства впливає велика кількість різноманітних факторів, серед яких виділяють [1]:

- зовнішні фактори: діяльність державних владних структур (фіскальна та кредитно-грошова політика, законодавство); кон'юнктура ринків сировинних та матеріальних ресурсів, ринків трудових ресурсів, ринків засобів виробництва, ринків фінансових ресурсів; розвиток галузей; параметри попиту;
- внутрішні фактори: діяльність керівництва та апарату управління підприємства; система технологічного оснащення; сировина, матеріали і напівфабрикати; збут продукції: його об'єм та витрати.

Для досягнення довготривалого успіху робота із забезпечення конкурентоспроможності підприємства має здійснюватися в усіх сферах та в усіх аспектах його діяльності. Звідси випливає, що ключовими аспектами забезпечення конкурентоспроможності підприємства є: виробничий, маркетинговий, фінансовий, інноваційний, управлінський, кадровий та організаційно-культурний аспекти забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства (рис. 1).

Управління конкурентоспроможністю підприємства в сучасних умовах господарювання визначається, перш за все, умінням максимально використати в своїх інтересах ринкову ситуацію, що склалася або може скластись на визначений проміжок часу, для збільшення виробництва, надання послуг, товарообігу та одержання максимального прибутку щодо підтримання та підвищення

конкурентоспроможності з використанням обмеженого обсягу ресурсів у певній ринковій ситуації.

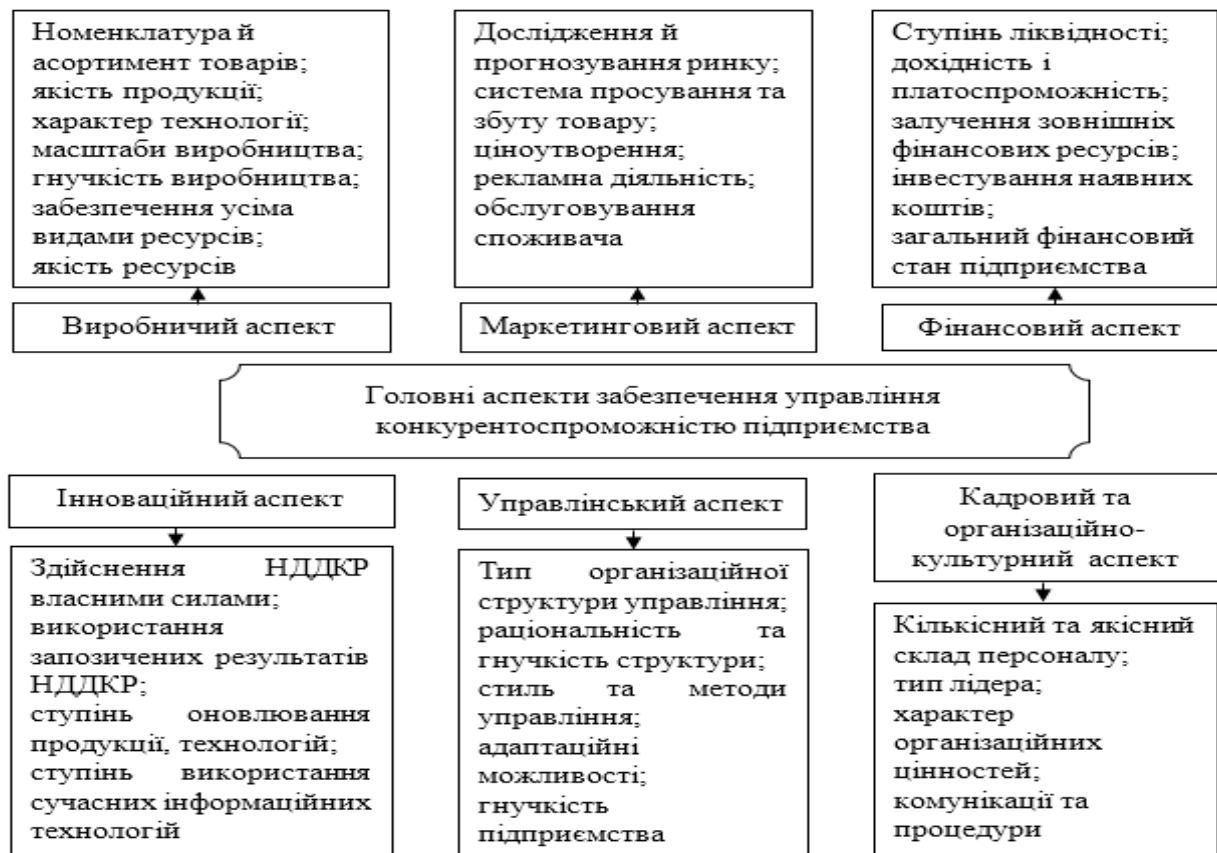


Рис. 1 – Головні аспекти забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства

Список літератури:

1. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за ред. О.Г. Янкового. - Одеса: 2013.- 470 с.
2. Замроз М. Економічна сутність конкурентоспроможності і основні аспекти її забезпечення / М. Замроз, В. Якура // Економічний аналіз. - 2011. - Вип. 8. Ч. 2. - С. 235.

СТЕЦЬ Н.В., ГУ ДФС у Рівненській області

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА: ЧИННИКИ ЗРОСТАННЯ

Сільськогосподарське виробництво України- галузь, продукція якої забезпечує продовольчу безпеку і незалежність держави, а також стабілізує її соціально-економічний розвиток.

В умовах ринкової економіки стійке положення будь якого підприємства на ринку продукції визначається рівнем його конкурентоспроможності, тобто здатності виробляти та збувати продукцію, яка за ціновими і неціновими характеристиками

більш приваблива для споживачів, ніж продукція їх конкурентів.

Конкурентоспроможність характеризує можливість і динаміку пристосування підприємств до умов ринкової конкуренції. На сучасному етапі розвитку економіка України характеризується нестабільністю, зниженням якості і конкурентоспроможності продукції за умов посилення конкуренції з боку іноземних виробників.

Проведеним аналізом ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств станом на 1 листопада 2017 р., негативним є спад урожайності в порівнянні з 2016р. (по основних сільськогосподарських культурах на 7.1%). Позитивним є зростання продуктивності сільськогосподарських тварин (щорічно на 6,83 %), продуктивності праці (щорічно на 7,82 %) [1]. Водночас, динаміка рівня рентабельності основних видів сільськогосподарської продукції характеризується або скороченням (зернові та зернобобові), або несуттєвим підвищенням (цукрові буряки, молоко, плоди та ягоди, приріст свиней у живій вазі), або відсутністю будь-якої тенденції (соняшник, овочі, картопля, м'ясо ВРХ у живій вазі). Встановлено, що причинами наведеного є низькі ціни сільськогосподарської продукції разом із несприятливими тенденціями зміни її собівартості. Зокрема за більшістю видів продукції темпи підвищення реалізаційних цін (у середньому на 4 % щороку) нижчі за темпи зростання собівартості (щорічно на 10 %). Суттєва варіація цін у розрізі каналів збуту супроводжується тим, що вагома частка деяких видів продукції (передусім, це стосується молока та овочів) реалізується за зниженими цінами [2].

Підвищення витрат виробництва у розрахунку на 1 ц сільськогосподарської продукції спричинене, насамперед, зростанням цін на засоби виробництва. Так, щорічне зростання цін на продукти паливно-енергетичного комплексу позначаються на проведенні збиральної кампанії і комплексу осінніх робіт. Наприклад, через подорожчання паливо-мастильних матеріалів у середньому за 2016-2017 рр. в 1,4 рази, а також у зв'язку з істотним зростанням цін на мінеральні добрива, витрати сільськогосподарських виробників зросли на 1,2 млрд. грн [1, 2]. Не відпрацьованим та законодавчо неврегульованим є економічний механізм, який нездатний створити однакові стартові умови для всіх галузей і забезпечити рівновеликі прибутки на вкладений капітал. Диспаритет цін, обтяжений несвоєчасним проведенням розрахунків за сільгосппродукцію, недосконалі відносно до сільського господарства, фінансово-кредитна і податкова політика обумовили нестачу фінансових ресурсів навіть для простого відтворення. Наслідком є незабезпечення достатнього рівня розвитку галузі.

Така ситуація головним чином виникла через нестабільність економічної системи внаслідок переходу країни на шлях ринкових відносин та необхідності проведення аграрної реформи. В той же час конкурентний потенціал економіки України є достатньо високим. Його формують такі чинники, як: значні розміри родючих ґрунтів; наявність висококваліфікованих трудових ресурсів при порівняно

низькій вартості робочої сили; вигідне географічне положення і транспортна інфраструктура; науково-технічний потенціал. Щоб забезпечити довгострокове стабільне зростання потребує: державного захисту конкуренції; належного нормативно-правового забезпечення господарюючих суб'єктів; стабільної державної економічної політики, яка б забезпечувала мобілізацію і цілеспрямоване використання інвестиційних ресурсів та інноваційних технологій, зниження матеріало- та енергоємності виробництва; підвищення кваліфікації робочої сили, підвищення рівня платоспроможності попиту; правового і фінансового стимулювання інноваційної діяльності та інше.

Інструментами підтримки можна вважати такі, які стимулюють виробництво пріоритетної сільськогосподарської продукції, забезпечують зміцнення економіки виробника, підтримують сприятливі умови його розвитку.

Передумовою підвищення рівня конкурентоспроможності є активізація інноваційної діяльності суб'єктів сільського господарства. В Україні відсоток проникнення високих технологій в агросекторі поки що досить низький – близько 10-12% порівняно зі світовими лідерами. Нині на агроринку Австралії, Ізраїлю, США, Канади та Нідерландів популярні такі рішення, як: впровадження систем точного землеробства, аерозйомка з метою контролю якості посівів, ведення історії полів для вибору оптимальної культури, лабораторні дослідження ґрунту для отримання інформації про біохімічний склад. Ці технології дають можливість збільшити врожайність та знизити собівартість продукції завдяки скороченню витрат на паливо, насіння й добрива. Надзвичайним попитом користуються GPS-трекінг техніки і контроль за використанням палива. Впровадження цих систем дозволяє в режимі реального часу відстежувати й автоматизувати переміщення техніки та контролювати витрати паливо-мастильних матеріалів [3].

Отже, категорія конкурентоспроможності підприємства є однією із важливих економічних характеристик і вагомим чинником рівня міцності економічного стану підприємства.

Підвищення конкурентоспроможності значною мірою залежить від здійснення зваженої економічної політики держави щодо створення сприятливих умов для розвитку АПК. Для забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції необхідно відпрацювати податкову та кредитно-фінансову політику в сільському господарстві України, здійснювати стимулювання нових земельних та майнових відносин, розвивати ринкову інфраструктуру, активізувати інноваційну діяльність суб'єктів аграрного виробництва.

Список літератури:

1. Збирання врожаю сільськогосподарських культур станом на 1 листопада 2017 року//Статистичний довідник/Державна служба статистики України [Електронний ресурс]–Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ7_u.htm.
2. *Николюк О.М.* Формування конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства : теорія, методологія// Автореферат /Житомирський Національний Агроєкологічний університет[Електронний ресурс] –

ХАЛИМОН Т.М., к.е.н., докторант, Державний університет телекомунікацій

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Важливу роль в управлінні конкурентоспроможністю підприємства відіграє маркетинг. Використання маркетингу в поєднанні з управлінськими інструментами здатне забезпечити підприємству сталі конкурентні переваги на ринку. Впроваджуючи в управління конкурентоспроможності маркетингові аспекти, підприємства повинні будувати свою діяльність за основним принципом маркетингу. Маркетингове забезпечення включає: формулювання і стимулювання попиту, розроблення стратегій кожного з підрозділів підприємства, управління конкурентними перевагами.

Маркетингове забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства – це сукупність взаємопов'язаних елементів маркетингової діяльності, що забезпечують довгострокову конкурентну перевагу підприємств за допомогою задоволення конкретних потреб і запитів споживачів з метою досягнення (утримання, зміцнення) відповідних конкурентних позицій на ринку.

Розгляд структури маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства дозволяє згрупувати маркетингові інструменти для заходів стратегічного та тактичного характеру. Заходи стратегічного характеру дозволяють забезпечити певний рівень конкурентоспроможності підприємства через управління асортиментом, освоєння інновацій, корпоративної поведінки та стилю, стратегічного ціноутворення, клієнтоорієнтованість, управління збутом, комунікаціями, брендинг та заходи формування попиту. Тактичні інструменти маркетингу передбачають контроль якості продукції та сервісу, тактичне ціноутворення та формування ціни, логістику та якість роботи посередників, використання реклами, інформаційних технологій, зв'язків з громадськістю, прямого маркетингу, заходів стимулювання збуту.

Маркетингове забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємств динамічно розвивається переважно за рахунок розвитку комунікацій та каналів просування й розподілу продукції. Водночас, в останні роки формуються нові напрями маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства, а саме: підвищення якості продукції, впровадження сучасних систем управління нею; розвиток технологій виробництва, впровадження інновацій; вдосконалення маркетингового забезпечення на принципах партнерського

маркетингу, активізація збутових зусиль; перехід від маркетингової забезпечення просування до комунікаційного забезпечення завдяки передусім розвитку зовнішніх комунікацій підприємств; розвиток довіри клієнтів до ділової репутації, підвищення лояльності клієнтів до бренду та іміджу підприємства, використання концепції соціально-відповідального маркетингу.

Принципово новими інструментами маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства, у порівнянні з класичною концепцією „4P” є наступні: інструкції, претензії, комунікації, ефективність, імідж, технологічні зручності, соціальні мережі, цінова гнучкість, сервіс, лобювання, дистанційні комунікації, цінова привабливість, умови зберігання, партнерські стосунки, інформаційні зв'язки, суспільна думка, фірмовий стиль, кваліфікація, особиста етика та репутація персоналу, добровільність стосунків зі споживачами, їх задоволеність та лояльність, популярність товарної марки, оцінка витрат на маркетинг.

SIKORSKA MAŁGORZATA, kanclerz Higher School of Labour Safety Management (WSZOP), Katowice, Poland

PERERVA P.G., doctor of Economics, Professor, Wyższa Szkoła Zarządzania Ochroną Pracy (WSZOP), Katowice, Poland

COUNTERFEITING ON THE UKRAINIAN MARKET

The problem of counterfeit products in the Ukrainian market has long existed, the volume of counterfeiting continues to increase at an alarming pace, reaching production on an industrial scale. It is worth noting that counterfeiters use advanced technologies in production, the quality of packaging of counterfeit goods increases and consumers often can not distinguish the original from forgery. The presence of poor quality of counterfeit goods undermines consumer confidence in the brand, appreciates the value of intellectual property, and manufacturers lose their position in the market, which leads to a decrease in sales. Counterfeiting and illegal imports of gray imports cause great harm to both honest producers and importers, as well as to trading organizations and end users. In particular, the manufacturers of auto parts on target markets, which counterfeit goods occupy more than 30%, suffer considerable losses. In these conditions, the development of scientifically-based methods and methodological approaches to determining the size of economic losses incurred by the right holders from the violation of their exclusive rights becomes a matter of importance and urgency.

An analysis of the world, European and national market suggests that the current state of counterfeiting of various types of products is becoming increasingly massive. The volume of counterfeiting in certain spheres of entrepreneurship is comparable with the volumes of legal production, and often exceeds it. According to the Organization for

Economic Cooperation and Development, the capacity of the world market for counterfeit products is about 650 billion dollars. At the same time there is a tendency for a stable and substantial increase in the turnover of counterfeit goods: the volume of the world market of counterfeit products by 2016 may exceed 1.6 trillion dollars. As a result, money remains in shadow circulation, commensurate with the value of the officially determined gross national product, causes significant damage to Ukrainian business, creates a threat to the life and health of citizens, etc. Economic and social losses at the same time are huge and difficult to calculate. The current situation threatens the international prestige of Ukraine, impeding its entry into the international economic community. According to analysts, the annual losses of manufacturers of companies through intellectual property fraud are estimated at hundreds of billions of dollars.

In 2013-2016, in our country, state inspection bodies for consumer protection, more than 20 thousand inspections of products were carried out to ensure compliance with the specified requirements, the main place among which is the observance of exclusive rights to intellectual property objects. As a result, illegal products were detected in 28% of cases. There is an increase in volumes of withdrawn from circulation of food products, alcoholic and non-alcoholic beverages, tobacco products, software, auto parts, and light industry products. The share of these counterfeit goods exceeds 20% of the total volume of production.

The study shows that the composition of the informal economy is rather heterogeneous, includes shadow and criminal economic activity, domestic work on self-provision of families and network exchanges between households on a non-market basis. From this it follows that even with a significant reduction in the shadow component of the informal economy will maintain its position at the expense of other segments and activities, but with a change in the consequences for the socio-economic development of the country as a whole.

In our view, in the structure of the informal economy, the criminal economy is given special significance. Its functioning is primarily due to the presence of a significant market for counterfeit and counterfeit products. The urgency of scientific understanding of this problem is due to the fact that a significant part of economic practice in our country is not regulated by laws and contracts, but exists on the basis of social norms and private arrangements. The question arises about the nature of such agreements, the mechanism for their acceptance and support. The need for understanding the informal economy in the diversity of its manifestations, using a wide range of research approaches, determines the urgency and importance of the problems that underlie the scientific report.

Reference:

1. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Г.К. Вороновского, проф. С.А. Меховича., проф. Н.И. Погорелова. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.
2. Косенко О.П. Кон'юнктура технологічного ринку : оцінка ризиків комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності / О.П. Косенко, Т.О. Кобелєва, П.Г.Перерва // Вісник НТУ «ХПІ».–Харків : НТУ «ХПІ», 2014.–№33 (1076).–С. 76 – 87.
3. Перерва П.Г. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії

антикризового управління / П.Г. Перерва, Т.О. Кобелєва, В.Л. Товажнянський // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.

4. Перерва П.Г. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів [Текст] / П.Г. Перерва, Т.О. Кобелєва // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2012. — № 1. — С. 79-88.

5. Перерва П.Г. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку [Текст] / П.Г. Перерва, Т.О. Кобелєва // Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: збірник тез доповідей П'ятої міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 29 вересня-1 жовтня 2011 року / Гол. ред. С.М. Ілляшенко — Суми : ТОВ «ТД «Папірус», 2011. — С. 161-163.

6. Косенко О.П. Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій [Монографія] / О.П. Косенко. - Х.: «Смугаста типографія», 2015.- 517 с.

7. Перерва П.Г. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелєва, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : зб. наук. праць. Сер. : Проблеми економіки та управління. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 815. – С. 118-125.

8. Перерва П.Г. Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.

9. Науково-методичні підходи до вирішення проблем практичної реалізації механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності / П.Г.Перерва, І.В.Гладенко, А.В.Косенко, М.М.Ткачов // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПІ» : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ «ХПИ», 2008. – № 18. – С. 105-110.

10. Ткачов М.М. Ринок контрафактної продукції в системі неформальної економіки / М.М. Ткачов // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2013. – № 22 (995). – С. 89-95.

11. Перерва П.Г. Маркетинг на промисловому підприємстві - М.: НПО «Реклама, інформація, маркетинг», 1991. - 80 с.

12. Косенко А.П. Экономическая оценка инновационного потенциала / А.П. Косенко, Д. Коциски, О.И. Маслак, П.Г. Перерва, Д. Сакай. - Монография / Под ред. проф. П.Г. Перервы и проф. Д. Коциски – Харьков-Мишкольц : НТУ „ХПИ”, Мишкольц.техн.ун-т, 2009. – 170 с.

13. Перерва П.Г. Управление ассортиментом продукции / П.Г. Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. - 80 с.

14. Перерва П.Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга - М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. - 93 с.

15. Перерва П.Г. Исследование рынка промышленной продукции / П.Г. Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. - 96 с.

16. Перерва П.Г., Кобелєва Т.О., Ткачова Н.П. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>

17. Перерва П.Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / П.Г. Перерва, Н.М. Побережна // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - №2. - С. 191-198.

СЕКЦІЯ 7 - СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ ТА КОМУНІКАЦІЇ НА РІВНІ ДЕРЖАВИ І ПІДПРИЄМСТВА

ДЕМЬОХІНА О.О., доцент, НТУ «ХП»

НАДРАГА В.В., студент, НТУ «ХП»

РОЗВИТОК АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ І СВІТІ

Серед глобальних проблем людства, що потребують постійної уваги громадськості та пошуку шляхів вирішення все гострішою останніми роками стає екологічна, а точніше - цілий ряд проблем, що знаходяться на стику інтересів людини та можливостей природи. За даними ООН, темпи використання природних ресурсів у XX і XXI ст. досягли загрозливого рівня та провокують зміни клімату, втрату лісів та водойм, зниження врожайності, нагромадження шкідливих відходів тощо. Ці проблеми не є новими і частково вирішуються, але подальший розвиток суспільства призводить до появи нових потреб, для задоволення яких необхідні все нові і нові ресурси. Сьогодні лише розвинуті країни G7, а також гігантські ТНК у змозі впроваджувати нові технології переробки та вторинного використання.

Зменшення антропогенного навантаження в умовах сталого розвитку стає можливим, якщо економічні та екологічні цілі хоча б частково співпадатимуть. Така збалансована модель економіки існує - це так звана "зелена економіка", яка поєднує в собі значні перспективи економічного зростання з одночасною мінімізацією екологічних наслідків. Базовою основою зеленої економіки є альтернативна енергетика, тобто заміна неефективного енергопостачання на відновлювані джерела енергії - сонячну, вітрову, термальну, а також переробка відходів. Динаміка зростання регенеративної енергетики вказує на її очевидні переваги: якщо у 2010 році з відновлюваних джерел надходило 16,7% світового споживання енергії, то у 2016 цей показник зріс до 19,3%. Завдяки сектору "зеленої енергії" у світі створено більше 8 млн. нових робочих місць. Подальший розвиток відновлюваної енергетики призводить до зменшення вартості її продукції - так, ціна чистої енергії в деяких країнах вже впала до 2 центів за кВт, а до 2025 р. скоротиться ще на 26-59%. Серед європейських країн лідерами в активному впровадженні альтернативної енергетики є Швеція, Австрія, Великобританія, Німеччина, Франція та Нідерланди. Загалом третина "зеленої енергії" у загальному світовому виробництві виробляється у Європі. Стимулом таких процесів є затвердження в ЄС спеціальної програми, згідно якої до 2030 р. частка відновлюваної енергетики повинна досягти 30% від усього енергоспоживання. З нових електростанцій, що діють в ЄС, 86% генерують енергію з відновлюваних джерел. У країнах Заходу альтернативні джерела енергії вже не

сприймають як інновації. Так, в Швеції сьогодні половина енергії виробляється альтернативним засобом, а до 2020 г. планується повний перехід на відновлювані енергетичні джерела, в Данії цей показник планується збільшити з 25% на цей час до 100% через 30 років. В Австрії та Німеччині не менш третини джерел видобутку енергії є відновлюваними [2].

В контексті української євроінтеграції питання зменшення енергозалежності та впровадження альтернативної енергетики є особливо актуальним. У 2016 р. Україна імпортувала 19% нафти і газоконденсату, 27% вугілля, 33% газу, 77% нафтопродуктів та 100% атомного палива. При цьому Україна входить до топ-30 країн з найбільшим енергоспоживанням та двадцятку найменш енергоефективних країн світу. Так, на кожну 1 тис. дол. ВВП в Україні витрачається в три рази більше енергії, ніж в Польщі. При цьому тільки 1,25% всієї енергії виробляється з відновлюваних джерел. Слід зазначити, що така невелика цифра у порівнянні з розвинутими Європейськими країнами в Україні все одно демонструє позитивні зрушення. Наприклад, якщо в 2010 р. кількість "зеленої енергії" у нас склала 84 млн кВт за год, то у 2016 р. вона зросла до 1,77 млрд кВт за год, збільшившись більш ніж у 20 разів. У структурі виробництва електроенергії з відновлюваних джерел в Україні більше половини складає вітроенергетика, третину - сонячна, майже 10% - мала гідроенергетика та по 4% - використання біомаси та біогазу. Згідно Національного плану дій з відновлюваної енергетики на період до 2020 р. планується досягти 11% долі генерації відновлюваних джерел енергії у кінцевому споживанні. Досягнення цієї мети потребує додаткового введення 5173 МВт встановлених потужностей нових об'єктів ВДЕ, з яких 891 МВт - у галузі біоенергетики, та залучити 16 млрд євро інвестицій [3].

Дана енергетична стратегія призведе до покращення екологічної ситуації в країні, енергонезалежності, наближення до передових європейських країн та покращення життя суспільства.

Список літератури:

1. *Артеменко Л.В.* Україна у міжнародних економічних відносинах // Енергетична безпека в контексті відносин України з ЄС "Компас 2020" - http://www.razumkov.org.ua/files/category.journal/NSD102_ukr_1.pdf
2. *Хвесик М., Сундук А.* Пока не поздно ... (экономика-экология-человек) 2N.UA. № 41 (337). С.12.
3. *Косюк Ю.* Нужна комплексная стратегия энергозамещения. 2N.UA. №42 (338). С.9
4. Закон України "Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року.[Електронний ресурс]-режим доступу: <http://zakon2.gov.ua/laws/show/2818.17>

ГОРШКОВА О.О., студентка НТУ «ХПІ»

ГАЛКОВА А.В., студентка НТУ «ХПІ»

МІГРАЦІЯ В УКРАЇНІ

Починаючи викладення такої глобальної проблеми як міграція робочої сили, хотілось би зазначити, що міграційні рухи є так званим індикатором реакції

населення на зміни в економічному, політичному, соціальному житті будь-якого суспільства. І саме розмір та напрямки таких процесів свідчать про стабільність або нестабільність суспільного розвитку. На сьогоднішньому етапі економічного розвитку України глобальною проблемою є демографічна ситуація. У лютому 2009 року Відділ економічних і соціальних проблем ООН оприлюднив прогноз, згідно з яким до 2050 року населення України скоротиться майже вдвічі, з 46 до 26 млн. чол. Трудова міграція відіграє провідну роль у даній проблемі [1].

Основними чинниками, що спонукають до трудової міграції, є несприятлива економічна ситуація в Україні, політична нестабільність, нестача робочих місць на ринку праці, низька мотивація легальної зайнятості. Наслідком цього є високий рівень безробіття, незбалансована структура спеціальностей на вітчизняному ринку праці та зростання маятникової міграції [2]. Крім того, серед факторів еміграції в Україні слід виділити проблеми працевлаштування за фахом, матеріального забезпечення та благополуччя, відсутності умов реалізації власного потенціалу, розвиток у процесі глобалізації іноземних програм навчання [4].

Значні геополітичні трансформації також впливають на міграційні процеси. Після здобуття незалежності обсяги внутрішніх міграцій в Україні значно скоротилися внаслідок зникнення організованих переселень та наборів робочої сили, комерціалізації сфери освіти, росту цін на житло, труднощів із працевлаштуванням. Якщо на рубежі 1980-1990-х років внутрішній міграційний оборот сягав 3 млн., то нині - менше мільйона. За даними Державної служби статистики, у 2015 р. населений пункт проживання змінили лише 12 із тисячі українців. Проте й досі внутрішні переміщення приблизно у 10 разів переважають за обсягом міжнародну міграцію. Домінують у внутрішніх міграціях переміщення між містом і селом. Сільське населення скорочується за рахунок відпливу молоді в міста, що прискорює його старіння [6].

Наслідки трудової міграції для України наступні: використання іншими країнами українського людського потенціалу, «витік мізків», негативний вплив на соціально-економічний розвиток. Тому, нашій державі потрібно налагоджувати відносини між Україною та іншими країнами у міграційній сфері [3].

Для вирішення проблем трудової міграції в Україні необхідно створення умов для максимальної реалізації творчого потенціалу населення та запобігання відтоку робочої сили, в тому числі висококваліфікованих кадрів з країни [5]. В цьому напрямку доцільно використовувати наступні заходи: забезпечення умов для поширення легального працевлаштування, насамперед в тих країнах, куди виїжджає найбільша кількість громадян України; забезпечення прав та соціального захисту працівників-мігрантів; створення дійової альтернативи тим обставинам, що спонукають працездатних українців виїжджати до країн, де їх становище на ринках праці є дискримінаційним; цілеспрямовано створювати робочі місця в таких галузях, як сільське господарство, легка, текстильна і хімічна промисловість, тобто там, де

сьогодні використовується праця мігрантів в Європі.

Важливо не забувати, що чим стабільнішим буде національне бізнес-середовище і динамічнішим ринок, тим сильніші будуть мотиви іммігрантів повернутися на батьківщину.

Список літератури:

1. Гнибіденко І. Проблеми трудової міграції в Україні та їх вирішення / І. Гнибіденко // Економіка України. - 2008. - №4. - С. 19-21.
2. Гринкевич С.С. Міжнародна міграція робочої сили та її розвиток в Україні / С.С. Гринкевич // Вісник ХНТУ - 2009. - №1. - С. 12-14.
3. Максименко Я.А. Деякі аспекти інтеграції України до світової економічної системи / Я.А. Максименко // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – Харків : НТУ «ХПІ», 2015. - № 25 (1134). – С. 111 – 116.
4. Максименко Я.А. Зовнішня міграція в Україні: сприяння розвитку чи бар'єр? / Я.А. Максименко, А.О. Талалаєва // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – Т. 2, № 5. – С. 240 - 244.
5. Максименко Я.А. Украина в системе международных экономических отношений / Я.А. Максименко, И.В. Гаврилова // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – Харків: НТУ «ХПІ», 2014. – № 23(1066). – С.33-39.
6. Малиновська О. Міграція в Україні: факти і цифри / О. Малиновська // МОМ Представництво в Україні - 2016. - №3. - С. 5-10.

КОБИЛІН П.О., старший викладач, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

АНАЛІЗ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ НАСЕЛЕННЯ У ТОРГОВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ ТА ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Становлення постіндустріального суспільства передбачає, в першу чергу, зростання ролі сфери послуг [2], яка відіграє дуже багато соціальних і економічних функцій у суспільстві, забезпечуючи потреби населення у необхідних благах та стимулюючи економічний розвиток. Важливими складовими сфери послуг виступають роздрібна торгівля та ресторанне господарство. Заклади цих секторів економіки задовольняють потреби населення у певних товарах. Ступень забезпеченості населення цими закладами свідчить про рівень соціально-економічного розвитку території та добробут населення.

Для визначення забезпечення потреб населення у торговельній мережі та підприємствах ресторанного господарства нами було розраховано частку населення населеного пункту до загальної чисельності населення Харківської області та частки кількості торговельних об'єктів, закладів ресторанного господарства до загальної кількості закладів в області. Частка населення / закладів торгівлі / ресторанного господарства населеного пункту прямо пропорційна відповідному показнику в абсолютному вимірі (чисельності населення, кількості закладів тощо). Від частки торговельних закладів/закладів ресторанного господарства здійснено віднімання

частки населення по кожному населеному пункту, що дає можливості виявлення гіпотетично ступеню дефіциту або надлишку пропозиції згаданих закладів. У формалізованому вигляді математичні операції можна відобразити наступним чином (формули 1.1 – 1.4):

$$p_i = \frac{P_i}{P_{\text{рег.}}} \cdot 100\% \quad (1.1)$$

де: p_i – частка населення i -го населеного пункту у загальній чисельності населення області;

P_i – чисельність населення i -го населеного пункту;

$P_{\text{рег.}}$ – загальна чисельність населення області;

$$t_i = \frac{T_i}{T_{\text{рег.}}} \cdot 100\% \quad (1.2)$$

де: t_i – частка кількості закладів роздрібної торгівлі i -го населеного пункту у загальній чисельності населення області;

T_i – кількість закладів роздрібної торгівлі i -го населеного пункту;

$T_{\text{рег.}}$ – загальна кількість закладів роздрібної торгівлі області;

$$r_i = \frac{R_i}{R_{\text{рег.}}} \cdot 100\% \quad (1.3)$$

де: r_i – частка кількості закладів ресторанного господарства i -го населеного пункту у загальній чисельності населення області;

R_i – кількість закладів ресторанного господарства i -го населеного пункту;

$R_{\text{рег.}}$ – загальна кількість закладів ресторанного господарства i -області;

$$\Delta tp_i = t_i - p_i \quad (1.4)$$

де: Δtp_i – різниця часток закладів торгівлі та населення i -го населеного пункту;

$$\Delta rp_i = r_i - p_i \quad (1.5)$$

де: Δrp_i – різниця часток закладів ресторанного господарства та населення i -го населеного пункту.

При:

- $\Delta tp_i, \Delta rp_i > 0$ – надлишок закладів роздрібної торгівлі, ресторанного господарства (пропозиція закладів перевищує потреби населення у них);

- $\Delta tp_i, \Delta rp_i = 0$ – оптимальне забезпечення потреб населення у мережі закладів роздрібної торгівлі, ресторанного господарства;

- $\Delta tp_i, \Delta rp_i < 0$ – дефіцит закладів роздрібної торгівлі, ресторанного господарства (наявна мережа закладів не задовольняє потреби населення у них).

Різниця часток закладів торгівлі, ресторанного господарства та населення дозволяє виявити не тільки ступень забезпечення потреб населення у закладах, а й встановити теоретичну(гіпотетичну) кількість закладів, яка повинна задовольняти його потреби. У цьому випадку теоретична різниця часток закладів торгівлі, ресторанного господарства та населення повинна дорівнювати 0. Розрахунки здійснюються за формулами (формула 1.6 – 1.11):

$$\Delta tp_{i \text{ теор.}} = t_{i \text{ теор.}} - p_i = 0 \quad (1.6)$$

$$\Delta rp_{i \text{ теор.}} = r_{i \text{ теор.}} - p_i = 0 \quad (1.7)$$

$$t_{i \text{ теор.}} = \frac{T_{i \text{ теор.}}}{T_{\text{рег.}}} 100\% = p_i \quad (1.8)$$

$$r_{i \text{ теор.}} = \frac{R_{i \text{ теор.}}}{R_{\text{рег.}}} 100\% = p_i \quad (1.9)$$

$$T_{i \text{ теор.}} = \quad (1.10)$$

$$R_{i \text{ теор.}} = \quad (1.11)$$

де:

- $\Delta tp_{i \text{ теор.}}$ – різниця теоретичної частки кількості закладів роздрібної торгівлі (ресторанного господарства) та частки чисельності населення у i -му населеному пункті;

- $t_{i \text{ теор.}}, r_{i \text{ теор.}}$ – теоретична частка кількості закладів роздрібної торгівлі (ресторанного господарства) у i -му населеному пункті;

- $T_{i \text{ теор.}}, R_{i \text{ теор.}}$ – теоретична кількість закладів роздрібної торгівлі (ресторанного господарства) у i -му населеному пункті, яка відповідає потребам населення.

На основі розрахунків було отримані наступні результати. У 94 населених пунктах Харківської області спостерігається позитивна різниця між фактичною та теоретичною кількістю закладів роздрібної торгівлі. Середнє значення різниці складає 36 закладів, при цьому діапазон значень коливається від 1 закладу до 1870 одиниць (у. м. Харкові). У 710 населених пунктах різниця дорівнює 0, що свідчить гіпотетично про оптимальне забезпечення потреб населення у мережі закладів. Цю групу складають в основному маленькі сільські населені пункти. У 936 населених пунктах спостерігається негативна різниця між фактичною та теоретичною кількістю закладів роздрібної торгівлі. Середнє значення різниці складає 4 заклади, при цьому діапазон значень коливається від 1 закладу до 261 одиниці (у. м. Лозова) [1, 3, 4].

Розподіл закладів ресторанного господарства має наступний вигляд. У 240 населених пунктах Харківської області спостерігається позитивна різниця між фактичною та теоретичною кількістю закладів ресторанного господарства. Середнє

значення різниці складає 3 заклади, при цьому діапазон значень коливається від 1 закладу до 384 одиниці (у м. Харкові). У 1253 населених пунктах різниця дорівнює 0, що свідчить гіпотетично про оптимальне забезпечення потреб населення у мережі закладів. Цю групу складають в основному маленькі сільські населені пункти. У 247 населених пунктах наявна негативна різниця між фактичною та теоретичною кількістю закладів ресторанного господарства. Середнє значення різниці складає 2 заклади, при цьому діапазон значень коливається від 1 закладу до 46 одиниць (у м. Лозова) [1,3,4].

Таким чином, співвідношення частки чисельності населення та кількості закладів роздрібної торгівлі (ресторанного господарства) дозволяє проаналізувати ступінь задоволення потреб населення у мережі закладів у певному населеному пункті. На прикладі Харківської області встановлено, що у більшості населених пунктів характерний дефіцит закладів роздрібної торгівлі, а за кількість закладів ресторанного господарства – в основному можна констатувати оптимальне співвідношення пропозиції і попиту на заклади.

Список літератури:

1. Офіційний сайт Харківської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.kharkivoda.gov.ua](http://www.kharkivoda.gov.ua)
2. *Смаль В. В.* Суспільно-географічні основи дослідження постіндустріальної трансформації господарства країн Європейського Союзу : автореф. дис ... д-ра геогр. наук: 11.00.02 / В. В. Смаль. – Київ: 2011 . – 40 с.
3. Торгівля Харківської області у 2015 році: статистичний збірник /Відповідальна за випуск *О.А.Глухова*. Харків: Головне управління статистики у Харківській області, 2016. –100 с.
4. Харківська область у 2015 році : стат. щорічник / [Під ред. *О.Г. Мамонтової*]. – Х.: Головне управління статистики у Харківській області, 2016 . – 534 с.

ЛИСАК Л.Р., студент, Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича

ЖУК І.І., к.е.н., асистент, Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича

ПРОБЛЕМИ БЮДЖЕТНОГО ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ

Необхідною умовою здійснення державою ефективної фінансової політики, яка спрямована на підвищення суспільного добробуту, є об'єктивне визначення потреби у необхідних фінансових ресурсах. Теорія фінансової науки передбачає можливість використання на практиці багатьох методів планування бюджетних показників. Найбільш відомими серед них є балансовий, нормативний, метод екстраполяції та прямого рахунку тощо.

Сьогодні широко застосовується програмно-цільовий метод планування і виконання місцевих бюджетів, який дає змогу чітко встановити пріоритети в межах існуючих фіскальних обмежень, а також отримати зворотну інформацію від населення про

рівень задоволення послугами, наданими за рахунок бюджетних коштів [1, с.6]. Проте він також має недоопрацювання, які викликають певні неточності і проблеми у застосуванні.

Програмно-цільовий метод передбачає планування на середньострокову перспективу (3 роки), що спричиняє виникнення першої проблеми – недостатність повної і достовірної інформації для ефективного прогнозування на наступні два бюджетні періоди. Тобто прогнозування здійснюється на основі приблизних розрахунків майбутніх показників, які не завжди відповідають дійсності, оскільки не всі показники можна з точністю прорахувати, зважаючи на постійні зміни в законодавстві (наприклад, постійні зміни розміру мінімальної заробітної плати) та нестабільні умови розвитку України як держави, зважаючи на досвід попередніх років.

Також проблемою є врахування строку дії бюджетної програми при формуванні бюджетних запитів. Наприклад, якщо бюджетна програма передбачена до 2018 року, ми знаємо, що дана програма буде знову запроваджена в 2018 році, проте законних підстав включати її в бюджетний запит і відповідно в бюджетний прогноз на наступні два періоди немає.

Але тут виникає суперечка - середньострокове планування покликане забезпечити досягнення загальної стратегії стабільного розвитку регіону і держави загалом. Проте на практиці скоріше за все відбувається навпаки: спочатку плануються і прогнозуються майбутні показники і відповідно до них визначається певна спрямованість бюджету. Тобто в межах наявних бюджетних ресурсів потрібно забезпечити фінансування поточних потреб всіх розпорядників, в результаті чого для стимулювання розвитку окремої галузі, яка є перспективною для регіону, коштів не вистачає.

На відміну від країн ЄС, в Україні працює принцип формування бюджету згори, а не знизу, тобто органам місцевого самоврядування доводяться напрацьовані в закритому режимі показники, на які в більшості випадків вони не можуть впливати. Якщо міста обласного значення ще якось можуть відстояти свої інтереси при захисті своїх бюджетів в облдержадміністраціях, то для маленьких міст і сіл будь-який лист Мінфіну є обов'язковим для виконання. В умовах, коли лише 692 із майже 12 тис. місцевих бюджетів мають прямі міжбюджетні відносини з державним бюджетом, органам місцевого самоврядування дуже важко отримати своєчасну і повну інформацію і відстояти свої інтереси [2].

Планування та прогнозування доходів також має ряд недоліків. Існуюча методика розрахунку доходів місцевих бюджетів не створює нормальних умов та стимулів для розвитку територій. Визначені доходи розраховуються на базі індексу відносної податкоспроможності, який у свою чергу залежить від фактичного обсягу доходів і переглядається щороку. Тобто в органів місцевого самоврядування немає інтересу нарощувати доходи, оскільки збільшення надходжень автоматично збільшує розмір їх вилучення і зменшує дотацію [2].

Оптимальним варіантом є надання коштів перевиконання доходів бюджету на

поточні і капітальні видатки в поточному бюджетному періоді, проте в даному випадку потрібно врахувати інтереси всіх розпорядників і відповідно розподілити наявні фінансові ресурси. Найбільше суперечностей і виникає при здійсненні розподілу коштів перевиконання. Значні суми перевиконання часто спостерігаються в кінці бюджетного періоду, що унеможлиблює їх розподіл на необхідні капітальні видатки, оскільки до кінця року залишається мало часу для їх виконання.

Крім того, органи місцевого самоврядування не мають реального впливу на базу оподаткування, ставки, правила адміністрування, які визначаються на центральному рівні. На сьогодні насправді існує значний резерв збільшення надходжень до місцевих бюджетів, який пов'язаний із детінізацією економіки і легалізацією заробітної плати. Проте органи місцевого самоврядування не мають реальних повноважень для застосування дієвих заходів до суб'єктів господарювання, які ухиляються від сплати податків та виплачують заробітну плату нижче від мінімальної.

Отже, у територіальних громадах є певні резерви для поліпшення якості бюджетного забезпечення, які перебувають у площині бюджетного планування. Тому необхідно врахувати викладені вище недоліки для підвищення ефективності бюджетного планування і прогнозування, що в свою чергу призведе до стабільного розвитку як окремого регіону, так і країни загалом.

Список літератури:

1. Щербина І.Ф. Планування місцевих бюджетів на основі програмно-цільового методу : навч. посіб. / І.Ф. Щербина // БСЄД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи». – К., 2011. – 108 с.
2. Дерун Т. Планування місцевих бюджетів: паралельна реальність // Газета «Дзеркало тижня. Україна» від 29 листопада 2013 р. – № 45. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dt.ua/finances/planuvannya-miscevih-byudzhetiv-paralelna-realnist-.html>.

ЯРМОЛЕНКО Ю.О., к.е.н., доцент, Академія праці, соціальних відносин і туризму

ОСНОВНІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ

Перебільшити роль аграрного виробництва у розвитку економіки України на даний час неможливо. Агропромисловий комплекс сьогодні створює близько 12 відсотків валової доданої вартості держави, и є одним з основних бюджетоформуючих секторів національної економіки, частка якого у зведеному бюджеті України за останні роки становить в середньому 12 відсотків, а у товарній структурі експорту — понад третину. Згідно Концепції Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року [3], аграрний сектор економіки, базовою складовою якого є аграрне виробництво, формує продовольчу, у визначених межах економічну, екологічну та енергетичну безпеку, забезпечує

розвиток технологічно пов'язаних галузей національної економіки та створення соціально-економічних умов розвитку сільських територій. У 2016 році економіка України зросла на 2,3%, серед іншого, за рахунок високого врожаю, який зумовив прискорення економічного зростання [4]. Соціальні та економічні передумови розвитку аграрного виробництва в Україні охоплюють широке коло питань виробничого, економічного, технічного характеру й є важливим чинником зростання потенціалу аграрного виробництва та в цілому розвитку агропромислового комплексу України.

Як свідчать наукові дослідження, на селі очікується поступове зменшення чисельності сільського населення та трудових ресурсів. Паралельно з цими змінами відбувається й скорочення трудових ресурсів села осіб працездатного віку і осіб старше працездатного віку та підлітків, зайнятих в галузях економіки. Згідно даних демографічного щоденника, спостерігається зменшення чисельності населення, особливо працездатного віку. Питома вага населення у віці 0-14 років та старше 65 років у чисельності постійного населення має тенденцію до зближення. Щороку зменшується кількість сільських населених пунктів. Незважаючи на прибутковість галузі, середньомісячна заробітна плата у працівників сільського господарства в 2016 року становила 3916 грн, що майже на 2000 грн менше, ніж у працівників промисловості. У той же час витрати на робочу силу в країнах Європейського Союзу в середньому на одного працівника за годину за умов повної зайнятості значно вище. Так, найбільші витрати несуть роботодавці в Бельгії - 39,1 євро та в Данії - 41,3, найменше в Румунії - 5 євро за годину [2]. За даним статистичної служби України витрати на одного працівника в Україні в 2014 році становили всього 2,2 євро [1], що в 2 рази менше ніж в Румунії, та в 17 разів менше ніж в Бельгії та Данії. В середньому по країнах ЄС-28 витрати становлять 25 євро [2], що також значно більше (у 11,4 рази), ніж в Україні. Збільшення витрат на робочу силу в Україні призведе до якісних і кількісних змін в аграрному виробництві. Спостерігається тенденція збільшення споживання окремих видів продукції, а саме м'яса, яєць, овочів, плодів, олії, проте одночасно зменшення споживання цих же продуктів у 2015 році проти 2014 року. Згідно проведених досліджень, критичні справи з м'ясною продукцією, особливо яловичиною і телятиною, споживання яких сягає третину норми. По свинині – менше половини раціональної норми. А от м'ясо птиці, як найбільш доступне, на 10% перевищує рекомендовану норму споживання. Молочна продукція споживається на рівні 55 % від потреби. Низький рівень споживання риби, 48% від норми, плодів – 56,6%. Олія та інші рослинні жири теж менш представлені у раціоні населення з нормальною раціональною нормою споживання. Споживання картоплі скоротилось на 13%, сільське населення споживає традиційно більше. Овочі і баштанні скоротились у раціоні населення за тенденцією картоплі. Очевидно, цей факт є наслідком економічної кризи і ощадливості населення у витрачанні коштів на харчування. Порівнюючи рівень споживання між сільським та міським населенням,

спостерігаємо, що рибу та рибопродукти вони споживають на однаковому рівні, хліб і хлібні продукти сільські жителі на 1,1 кг більше ніж міські, на 3,3 кг більше картоплі та картоплепродуктів, на 0,5 кг цукру, 0,8 кг молока та молокопродуктів, менше м'яса на 0,8 кг, яйця на 1,5 кг. А фруктів сільське населення споживає менше на 1,4 кг, очевидно внаслідок меншої доступності [1]. Споживання сирів в Україні, у порівнянні з Європою досить незначне – усього 12,3%, у порівнянні з США – 13,7% [5]. Так само відстає наша країна від Аргентини, Канади, Австралії. Навіть у Росії споживання сирів у 3,4 рази вище у 2015 році, а у 2012 році – у 4,11 разів. Але якщо з 2012 по 2015 рік споживання сирів в Україні зросло на 4,4%, то у ЄС на 3,2%, а у США та інших країнах високого вживання сирів - на тому ж рівні.

Що стосується екології, то дослідженнями встановлено, що внесення мінеральних добрив стрімко збільшується - з 13 кг на 1 га у 2000 році, до 79 кг у 2015 році – у 6 разів[1]. За цими ж даними внесення органічних добрив скорочується, і це закономірно, оскільки галузь тваринництва не одержує підтримки, досить трудомістка і тому не функціонує у екосистемі з рослинництвом, як це було раніше. Відповідно до ступеня розораності, високий рівень інтенсивності використання ріллі - з 79,7% у 2000 році, до 85,3% у 2015 році. Частка кукурудзи, соняшнику та ріпаку у посівній площі за аналізований період зросла вдвічі, адже саме ці культури найбільш рентабельними, зменшилася площа відпрацьованих земель, на 1,7 тис га, або на 96%. Значно менше рекультивовано земель, можна вважати що це явище звелось нанівець - з 3,7 тис га у 2000 році до 0,1 тис га у 2015 році. Площа порушених земель скоротилась на третину – з 1,9 тис га у 2000 році, до 0,5 тис га у 2015 році. Здійснення заходів з охорони земель цілком занепадає. Якщо у 2000 році здійснювався комплекс заходів і будівництво валів, канав, терас, ставків, то у 2015 році цих заходів не здійснювалось, окрім будівництва валів-доріг на 200 метрів проти 16,2 км у 2000 році.

Таким чином, споживання основних продуктів харчування населенням України знаходиться значно нижче рекомендованих норм споживання. Основним стримуючим фактором є економічний фактор - низька платоспроможність вітчизняних споживачів. Також, як показали дослідження, потребують свого вирішення й екологічні питання. Тому, на нашу думку, для покращення соціально - економічних умов розвитку аграрного виробництва доцільно розробити стратегію розвитку агропромислового комплексу, яка повинна представляти собою довгострокову програму розвитку та має враховувати особливості розвитку аграрного виробництва й застосовувати нові форми і методи аграрного господарювання з позицій сталого розвитку.

Список літератури:

1. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. [Електронний ресурс]. - Режим доступу <http://ec.europa.eu/eurostat/web/labour-market/labour-costs/database>
3. [Електронний ресурс]. - Режим доступу <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=248907971>
4. [Електронний ресурс]. - Режим доступу <http://www.worldbank.org/uk/country/ukrain>.
5. [Електронний ресурс]. - Режим доступу http://www.clal.it/en/?section=tabs_consumi_procapite.

ЛУНЬОВА А.В., студент, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

ВИТОКИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ

На сьогодні одним з найбільш ефективних механізмів забезпечення національної безпеки визнано впровадження ефективних моделей та систем соціального захисту населення, що дозволяє забезпечити стабільність держави та суттєво зменшити ризики виникнення соціальної напруги у суспільстві.

За сучасних умов розвитку та соціалізації суспільства система соціального захисту (ССЗ) розглядається фахівцями як комплекс економічних, правових та організаційних заходів, спрямованих на забезпечення основних соціальних прав громадянина в державі та пов'язаних із мінімізацією впливу чинників, що знижують якість життя населення. ССЗ охоплює весь комплекс відносин, сутнісних зв'язків та інтересів різних соціальних суб'єктів, суспільних організацій і держави, спрямований на підтримання соціального добробуту людини в конкретних економічних умовах [1-2].

У широкому розумінні ССЗ розглядають як діяльність держави, спрямовану на забезпечення процесу формування та розвитку повноцінної особистості, створення умов для самовизначення та ствердження в житті. У вузькому сенсі ССЗ розглядається як сукупність економічних і правових гарантій, що забезпечують додержання найважливіших соціальних прав громадян (право на працю, на освіту, на житло, на відпочинок, на безпечне довкілля, на охорону здоров'я, на достатній життєвий рівень, на безпечні умови праці, на заробітну плату, не нижчу мінімально встановлених стандартів) [1-4].

Поняття соціального захисту (СЗ) уперше було використано американськими законодавцями в тексті закону «Social Security Act», прийнятого 1935 р., в якому наводилося правове обґрунтування нового для США інституту обов'язкового страхування на випадок старості, смерті, інвалідності та безробіття («social» перекладається з англійської мови як «суспільний», «соціальний»; «security» — як захист, безпека, охорона, забезпечення, гарантування). Цей термін швидко й органічно вписався у понятійний апарат західних учених і практиків, оскільки виражав сутність підтримання соціально вразливих верств населення. Проте у подальшому межі цієї дефініції значно розширилися, чому сприяло розроблення конвенцій та рекомендацій ВООЗ, Міжнародної організації праці, Міжнародної асоціації соціального забезпечення, присвячених соціальному страхуванню та соціальній допомозі [1, 2, 5].

Разом з тим, СЗ як суспільне явище почало своє формування ще на початку Х сторіччя, й на сьогодні можна визначити окремі етапи його становлення в Україні, які наведено у табл. 1 [1, 2, 4, 6].

Таблиця 1 - Основні етапи зародження та становлення соціального захисту в Україні

Назва етапу	Роки впровадження	Зміст етапу
Проста добродійність	X–XVI ст.	«Сліпа роздача» милостині окремими «жебракoлюбцями», відсутність суспільної мети добродійності, переважаюча роль церкви у справі турботи про жебраків
Суспільне піклування	XVI–XVII ст.	Організована добродійність на основі усвідомлення солідарності членами громади, турбота держави про благо тих, хто бідує, з метою принесення суспільної користі, диференціація тих, хто потребує допомоги
Державне опікування	XVIII ст. — 1917 р.	Виникнення цілісної системи суспільного піклування під суворим контролем держави, створення спеціальних державних установ, поява соціального страхування
Соціальне забезпечення	1917–1991 рр.	Загальне й універсальне соціальне забезпечення, зникнення добродійності, повна відповідальність держави за соціальне забезпечення, розвиток обов’язкового соціального страхування та солідарного пенсійного забезпечення
Соціальний захист	із 1992 р. по теперішній час	Відмова від принципу загального та універсального соціального забезпечення, поява програм адресної соціальної допомоги, поступовий перехід до солідарно-накопичувальної пенсійної системи

СЗЗ на сучасному етапі розглядається в якості практичної реалізації соціальної функції держави, де основними формами взаємодії держави й суспільства визначають: соціальне забезпечення, соціальні гарантії, соціальну допомогу та соціальне страхування. Характеристика основних форм соціального захисту (СЗ) наведена у табл. 2 [1, 4, 6, 7].

Таблиця 2 - Характеристика основних форм соціального захисту

Форма СЗ	Характеристика форми СЗ	Напрями практичної реалізації
Державна соціальна допомога	Соціально-аліментарні недовірні відносини держави з уразливими категоріями населення.	Має адресну спрямованість і надається у вигляді субсидій, соціальних послуг і життєво необхідних товарів особам, які через непрацездатність, відсутність роботи, джерел доходу не спроможні самостійно матеріально забезпечити своє існування
Державні соціальні гарантії	Встановлені законом мінімальні розміри доходів громадян, спрямовані на реалізацію їх конституційного права на достатній життєвий рівень	Вказані гарантії є основним джерелом існування окремих категорій громадян і не можуть бути нижчими від прожиткового мінімуму (базовий державний соціальний стандарт), встановленого законом.
Соціальне страхування	Встановлена державою та регульована нормами права система СЗ громадян у разі страхового випадку, передбаченого законодавством.	Виокремлюють різні види державного соціального страхування, які передбачені законами України.

Таким чином, ССЗ в Україні поєднує заходи із соціальної допомоги малозабезпеченим верствам населення, застосування державних соціальних гарантій та функціонування обов'язкового соціального страхування.

Стосовно соціального страхування на сьогодні відповідно положень чинного законодавства в Україні впроваджено пенсійне страхування; страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та витратами, зумовленими похованням; медичне страхування; страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності; страхування на випадок безробіття [7].

За результатами аналізу зарубіжного досвіду встановлено, що найбільш дієвою та ефективною формою СЗ, зокрема в країнах ЄС, є соціальне страхування. Напрями його реалізації регулюються положеннями Директиви ЄС 1408/71 та охоплюють наступні види загальнообов'язкового державного страхування: виплати по хворобі й материнству; виплати по інвалідності, включаючи і ті, які передбачені для підтримки і поліпшення отримання доходів; виплати через старість; виплати по вдівству (пенсії по вдівству); виплати по нещасних випадках на виробництві і професійних захворюваннях; виплати з приводу смерті; виплати по безробіттю [8].

Особливо корисним з позицій реформування вітчизняної системи охорони здоров'я в аспекті імплементації ефективних механізмів соціального захисту, є, на наш погляд, досвід країн Європи із впровадження загальнообов'язкового медичного страхування, який має багаторічну історію та різні моделі практичної реалізації, до них належать:

Модель Бісмарка (бюджетно-страхова) – широке розповсюдження набула у Німеччині, Скандинавських країнах. Фінансові ресурси, що формуються за рахунок сплати певного відсотку від доходів фізичними та юридичними особами акумулює Централізований державний фонд. Модель характеризує високий ступінь захисту, стає забезпечення соціальної стабільності, фінансова відкритість. В якості недоліків можна визначити значну бюрократизація взаємовідносин, наявність різного рівня надання медичних і фармацевтичних послуг для населення [4, 5, 9].

Модель Беверіджа (бюджетна) започаткована у Великій Британії. Фінансування здійснюється з державного бюджету за залишковим принципом. Модель характеризується високим ступенем захисту населення, наданням рівних обсягів медичної допомоги, дозволяє ефективно забезпечувати соціальну стабільність. Разом з тим, відмічається значний дефіцит ресурсів в системі охорони здоров'я, недостатня якість медичних і фармацевтичних послуг, адміністративно-командне управління, що не сприяє впровадженню ринкових механізмів [4, 5, 9].

Необхідно зазначити, що на сьогодні в Україні уведено в дію процес реформування вітчизняної охорони здоров'я шляхом надання державних гарантій медичного обслуговування населення. Зазначена програма затверджена

законопроектом «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення» № 6327 від 19.10.2017р., який було прийнято Верховною Радою у другому читанні[10]. Введення в дію положень Закону передбачається поетапне, починаючи з 01.01.2018 р. до 2024 р. У межах програми медичних гарантій держава гарантує повну оплату за рахунок коштів Державного бюджету України медичних послуг та лікарських засобів, пов'язаних з наданням: екстреної медичної допомоги; первинної медичної допомоги; вторинної (спеціалізованої) медичної допомоги; третинної (високоспеціалізованої) медичної допомоги; паліативної медичної допомоги; медичної реабілітації; медичної допомоги дітям до 16 років; медичної допомоги у зв'язку з вагітністю та пологами [11].

Таким чином, сучасним актуальним напрямом удосконалення вітчизняної ССЗ є практичне впровадження системи соціального медичного страхування в основу якої покладено модель бюджетної страхової медицини.

Отже, як свідчить світова практика функціонування систем соціального захисту населення, соціальне страхування на сучасному етапі розвитку суспільства є основним інструментом реалізації соціальної політики держави. Результати історичного аналізу основних етапів становлення та розвитку ССЗ у світі та в Україні дозволяють дійти висновку, що сучасна система соціального захисту є сформованою й такою, що відповідає європейській практиці щодо видів соціального страхування. Перспективним напрямом удосконалення вітчизняної ССЗ слід уважати застосування загальнообов'язкового медичного страхування як основного механізму забезпечення доступності медичної допомоги в країнах Європи.

Список літератури:

1. Фармацевтична енциклопедія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/7583/socialnij-zaxist>
2. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т.3 / *Редкол.: С.В. Мочерний* (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с. ISBN 966-580-145-7 (Т. 3).
3. *Марценюк О.В.* Соціальний захист населення України / *О.В. Марценюк* // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. - 2015, - Випуск 2(12), Том 3. – С. 166-170.
4. *Котвіцька А.А.* Методологія соціально-ефективної організації фармацевтичного забезпечення населення: дис. ... д-ра. фармацевт. наук. — Х., 2008
5. *Панфілова Г.Л.* Організація фармацевтичної допомоги населенню в умовах медичного страхування / *А.Г. Панфілова, А.С. Немченко, О.А. Немченко*. – Х., 2009. – 226с.
6. *Устинов С.О.* Співвідношення термінів «соціальний захист» та «соціальне забезпечення» в законодавстві України / *С.О. Устинов* // Юридична наука і практика. — 2011. — № 2. — С. 90-95.
7. Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1105-14>
8. Директива ЄС 1408/71 від 14.08.1971 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:31971R1408&from=EN>
9. *Немченко А.С., Панфілова Г.Л.* Методологія розробки фармакономічних механізмів та їх впровадження в систему обов'язково медичного страхування // Вісник фармації. – 2007. — №4(52). – С. 59-60.
10. Офіційний сайт МОЗ України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.moz.gov.ua/ua/portal/pre_20171019_c.html
11. Проект Закону України «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення» № 6327 від 13.07.2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apteka.ua/article/424443>

МАКСИМЕНКО Я.А., к.е.н., професор, НТУ «ХП»

МИТРОФАНОВА Д.О., студент, НТУ «ХП»

МІЖНАРОДНИЙ РУХ КАПІТАЛУ ЯК ЧИННИК УСПІШНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ У СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

Через менш стійку до економічних криз національну економіку, на сучасному етапі, Україна не займає високих позицій серед інших країн-імпортерів міжнародного капіталу. У розвинутих країнах швидше створюється надлишковий капітал, який можна інвестувати з метою отримання найбільшого прибутку, вони легше переносять негативні наслідки світових економічних криз, що обумовлено дією міжнародного руху капіталу, як важливого чинника впливу на тенденції інноваційного розвитку економіки країн.

Дослідження феномену міжнародного руху капіталу та його впливу на розвиток міжнародних зв'язків й організацію економічних відносин в країнах світу знайшло своє відображення у роботах теоретичного та практичного характеру таких науковців: Балагурак У., Буряк П., Гнатенко Ю., Гупало О., Довбенко М., Мочерного С., Передрій О., Сливозького А., Філіпенко А. та інших. Актуальність проблем щодо України у міжнародному інвестиційному просторі на сучасному етапі розвитку економіки привертає увагу науковців: Ігнатенко А., Ринейської Л., Саблук П., Харламова Г.

Україна за сучасного технологічного рівня її економіки не може розраховувати на масштабний вихід на світовий ринок тому, що розвинуті країни займають значне місце на ньому і виступають проти нових конкурентів, а Україна поки що не може запропонувати світовому ринку конкурентоспроможну продукцію у достатній кількості у зв'язку із низьким рівнем інноваційного розвитку вітчизняних підприємств. Більшість країн світу забезпечують підвищення своєї конкурентоздатності за рахунок використання інновацій, розробки високотехнологічних продуктів, створення яких неможливо без розвитку науково-технічного потенціалу [3]. До теперішнього часу в Україні механізм впровадження у промисловість завершених науково-технічних розробок і технологій, виконаних на основі бюджетного фінансування є недосконалим. В цілому, науково-технологічний розвиток залишається вкрай нерівномірним в різних сферах господарського комплексу країни, що поглиблює диспропорційність його розвитку.

На протязі останніх років прямі іноземні інвестиції були найбільш стабільним чинником підтримки платіжного балансу України, забезпечуючи ефективну інтеграцію національної економіки у світову та залучення вітчизняних підприємців до передового господарського досвіду. Сьогодні, інтеграція й міждержавний рух капіталів із розвинених, зокрема Європейських країн, позитивно впливає на зростання української промисловості. Є численні приклади успішної кооперації українських та європейських компаній, за якої освоювалися інноваційні для України технології й продукція, впроваджувалися міжнародні стандарти корпоративного управління на підприємствах,

а фінансування велося як за рахунок власного капіталу. Проте поряд з позитивним впливом на господарський розвиток України, необхідно акцентувати увагу на чисельних негативних наслідках міжнародного руху капіталу і, зокрема прямих іноземних інвестицій, які спочатку виникають як тимчасові явища, а згодом набувають стійкого характеру. Не врахування дії негативних чинників міжнародного руху капіталу при формуванні інвестиційної стратегії України може викликати певні загрози для національного господарства та суверенітету держави, зокрема погіршити її продовольчу безпеку й якісну структуру промисловості, негативно вплинути на якість життя і здоров'я населення. Так, існує ризик стосовно інтеграції промисловості України у не дуже вигідних галузях, залежності від зовнішніх факторів та нестабільності розвитку основних торгівельних партнерів. А у довгостроковій перспективі можливий значний відтік капіталу, який перевищуватиме величину первинних інвестицій. Слід враховувати, що тільки інвестування в розвиток передових технологій дозволяє країнам займати передові позиції у світовому суперництві [7]. Тому при виборі пріоритетних напрямків інвестування слід звернути увагу, в першу чергу на ті, де створюється найбільша додана вартість, наукоємні, високотехнологічні виробництва, розвиток яких сприятиме економічному зростанню на інноваційній основі [4]. Врахування даних положень сприятиме зростанню конкурентоспроможності національної економіки і її успішній інтеграції до світового господарства.

Список літератури:

1. Горбач Л. Міжнародні економічні відносини : підруч. / Л. Горбач, О. Плотніков. – К.: Кондор, 2005. – 263 с.
2. Гупало О.Г. Міжнародна економіка: навч. посіб. / О.Г. Гупало, У.Д. Балагурак, П.Ю. Бурак, Ю.Г. Гнатенко. – К. : «Хай-Тек Прес», 2007. – 368 с.
3. Дяченко Т.А. Конкурентоспособность экономики Украины в контексте современных тенденций развития мирового хозяйства / Т.А. Дяченко, В.А. Гырова // Вестник Национального технического университета "ХПИ". Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 36-1. – С. 146-153.
4. Дяченко Т.А. Проблема іноземного інвестування в Україні / Т.А. Дяченко // Труды XII – ої Міжнародної науково – практичної конференції «Оптимум - 2016», (Харків, 6 - 8 грудня 2016 р.) / НТУ «ХПІ». – Харків: НТУ «ХПІ», 2016. – С.135 – 136.
5. Інвестиції в основний капітал. [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Саблук П.Т. Процеси міжнародного руху капіталів та участь у них України / П.Т. Саблук, К. Приб // Економіка України. – 2008. – №8 – С.56-68.
7. Талалаева А.А. Проблема эффективного инвестирования в Украине в контексте мирового опыта / А.А. Талалаева, Т.А. Дяченко // Вестник Национального технического университета "ХПИ". Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ". – 2011. – № 8. – С. 94-100.

ПОКОРМЯК А.С., студент, Національний авіаційний університет

УШЕНКО Н.В., д.е.н., професор, Національний авіаційний університет

ВПЛИВ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ НА ЕКОНОМІКУ КРАЇНИ

Міжнародна міграція робочої сили сьогодні є глобальним явищем, обсяг якого

постійно коливається.Дане явище посилюється в умовах формування економічних зв'язків у світовому господарстві. Це процес розподілу трудових ресурсів між національними ланками світового господарства, що породжує як позитивні, так і негативні зміни, потреба у вивченні яких тільки збільшується.

У Законі України «Про зовнішню трудову міграцію» «зовнішня трудова міграція» визначена як переміщення громадян України, пов'язане з перетинанням державного кордону, з метою здійснення оплачуваної діяльності в державі перебування» [1].

Аналіз обсягів міжнародної трудової міграції в Україні, проведене за даними Державної служби статистики України, представлено у табл 1.

Таблиця 1 - Міграційний рух населення у січні–серпні

Роки	Міграційний рух, осіб	Абсолютне відхилення із попереднім роком, -/+	Відносне відхилення із попереднім роком, %
2014	312439		
2015	290369	-22070	-7,06
2016	146369	-144000	-49,59
2017	218165	71796	49,05

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [4]

За даними табл. 1 можемо спостерігати збільшення міграційного потоку з 2016 року. Така тенденція може бути спричинена лібералізацією процесу отримання візи, військовими причинами, пошук кращих умов праці і т.д.

Наочне зображення міграційного руху населення за період січень–серпень представлено на рис 1.

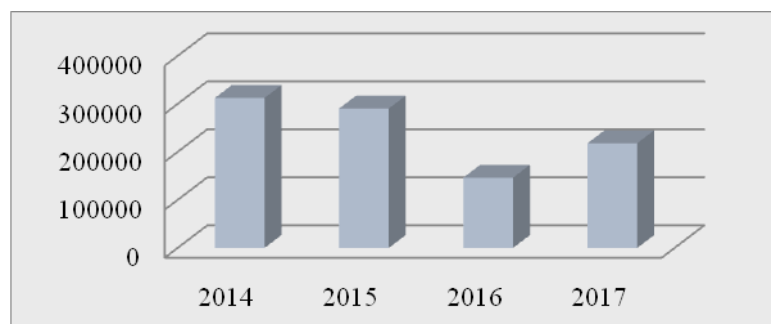


Рис.1 - Міграційний рух населення України за період січень-серпень 2014-2017 рр., осіб
Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [4]

Тож, міграційний рух населення набуває дедалі більших масштабів та має позитивні та негативні наслідки. Негативними наслідками можна вважати «відтік мізків», погіршення демографічної ситуації, старіння нації, зменшення податкових надходжень та відрахувань у соціальні фонди, нерентабельність та втрати від вкладень в освіту і підготовку фахівців, втрата сімейних цінностей у суспільстві

тощо. До позитивних відносимо зменшення рівня безробіття, отримання мовної практики мігрантів, покращення добробуту частки населення через приватні грошові перекази з-за кордону.

Всі ці наслідки безпосередньо впливають на ВВП країни. Тому для визначення втрат можливого обсягу валового внутрішнього продукту, понесених українською економікою внаслідок трудової еміграції скористаємось формулою (1.1) [2]:

$$WS_{GDP,m} = \frac{GDP}{S_1} * S_m, \quad (1.1)$$

де: $WS_{GDP,m}$ – втрати ВВП від трудової міграції, тис. грн;

GDP – валовий внутрішній продукт, вироблений за відповідний період, тис. грн;

S_1 , S_m – середня кількість зайнятого населення та трудових мігрантів за відповідний період, тис. осіб.

Розрахунки вище зазначених втрат проведемо з використанням офіційних даних Державної служби статистики в періоді 2014-2016 рр. (табл. 2).

Таблиця 2 - Витрати ВВП України внаслідок трудової еміграції

Показники	Роки		
	2014	2015	2016
ВВП країни (GDP), тис. грн	1586915	1988544	2383182
Кількість зайнятого населення, тис. осіб	18073,3	16443,2	16276,9
Кількість працевлаштованого населення за кордоном, тис. осіб	6928,6	7688,4	7920,3

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [4]

Проведені розрахунки дозволили отримати наступні значення втрат ВВП України від трудової еміграції населення: у 2014 році – 608,3 тис.грн., 2015 році – 929,7 тис. грн., у 2016 році – 1159,6 тис. грн. Тобто в аналізованому періоді можемо спостерігати постійне збільшення втрат ВВП України від трудової еміграції населення.

Отримавши такий результат, бачимо, що з економічної точки зору для країни трудова міграція приносить більше збитків, чим користі, коли в 2016 році ВВП на 48% менше ніж могло бути.

При цьому, дослідники І. О. Пінчук та О. О. Юренко стверджують, що кількість трудових мігрантів відрізняється від офіційних даних в 5 – 7 разів [3].

Що ж стосується позитивного впливу міграції робочої на економіку України, варто говорити про міграційний капітал. Так, згідно до статистичної інформації Національного Банку України, обсяги приватних грошових переказів із-за кордону в 2016 році становили 5,4 млрд. дол. США (або 5,8% до ВВП) і збільшилися порівняно

з минулим роком на 5.3%[5].

Графічне зображення наведено на рис.2.

Тому міжнародна міграція робочої сили відіграє і позитивну роль на економіку України, а саме здійснює компенсаторну функцію прямих втрат від міграції.

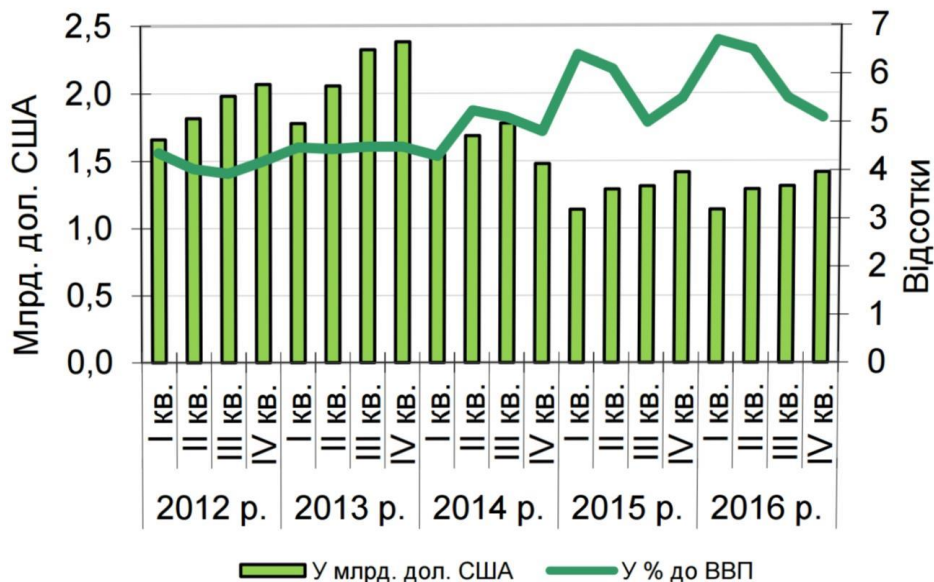


Рис.2 - Обсяги грошових переказів із-за кордону

Джерело: [5]

Отже, міжнародна міграція робочої сили має як негативний, так і позитивний вплив на економічні показники країни, зокрема ВВП. І хоч країна має певні позитивні наслідки, проте негативних наслідків значно більше. Зокрема, до найбільших варто віднести втрату якісної робочої сили, погіршення демографічної ситуації та втрата можливих надходжень від потенційних працівників. Враховуючи вище наведений аналіз і зазначені фактори, варто зауважити, щоє всі підстави поєднувати регуляторні важелі соціально-економічної та міграційної політик держави в контексті стримування та поступового скорочення трудової еміграції населення України.

Список літератури:

1. Про зовнішню трудову міграцію [Електронний ресурс] / Закон України - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/761-19>
2. Звірід Н.В. Кількісні методи аналізу впливу трудової міграції на соціально-економічний розвиток регіону [Електронний ресурс] / Н.В. Звірід. - Режим доступу: archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/su/2010_4/Zvirid%2048-52.pdf.
3. Пінчук І.О. Вплив трудової еміграції на економічний потенціал України [Електронний ресурс] / І.О. Пінчук, О.О. Юренко. - Режим доступу: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/684>
4. Економічна статистика / Статистична інформація: Міграційний рух населення (щомісячна інформація); Національні рахунки; Демографічна та соціальна статистика / Ринок праці / Зайнятість та безробіття; [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. - Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
5. Національний Банк України [Електронний ресурс] / Національний Банк України - Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=19208358>

ЮРЬЕВА И.А., к.е.н., доцент, НТУ «ХПИ»

БРУНДЖАДЗЕ А., магистр, НТУ «ХПИ»

ПАРХОМЕНКО М., специалист, НТУ «ХПИ»

НЕВЕРБАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ В СИСТЕМЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Сегодня компания «Microsoft», лаборатории Массачусетского Института Технологий, и другие компании работают над распознаванием мимики и идентификацией биометрических характеристик по выражению лица для управления персональными компьютерами .

Доктор технических наук, Татьяна Гаврилова, консультант по информационным технологиям управления знаниями считает, что основной проблемой инженерии знаний является процесс извлечения знаний.

Профессор Гаврилова выделяет три основных аспекта процесса извлечения знаний: психологический, лингвистический, гносеологический. Из трех аспектов извлечения знаний наиболее важен психологический, поскольку он определяет успешность и эффективность взаимодействия (общения) аналитика с основным источником знаний - специалистами предприятия.

Татьяна Гаврилова выделяет развитие навыков наблюдательности аналитика по отношению к невербальным компонентам общения, одним из требований к организации наблюдения, как пассивного метода извлечения знания.

По мнению магистранта, невербальное общение несет в себе широкий пласт сенсорной информации, как и о знаниях, находящихся в подсознании носителя информации (явных и глубинных), так и имеющей дополнительное (проверочное) значение к информации передаваемой симультанным вербальным рядом.

Невербальная коммуникация представляет собой обмен невербальными сообщениями между людьми, а также их интерпретацию. Естественным образом человек отражает свое эмоциональное состояние в невербальных символах и тем самым передает информацию о своем состоянии воспринимающей стороне. Человек может также оговорить систему знаков невербального общения, иногда искусственно создавая такую систему, придавая знакам различный смысл, закрепленный в каждой культуре, или просто, как договоренность между отдельными индивидуумами [1].

Несомненное значение имеет эффективность использования информации получаемой по невербальным каналам в организации информационно-аналитической работы. Такая информация может использоваться и в административных структурах государственного аппарата управления, в силовых структурах.

Сенсорная информация – информация подсознания, которое является первичным к человеческому сознанию. Таким образом, видится возможным создание систем проверки правдивости сознательного ряда (детекторов лжи) на основе

интерпретации знаков невербального общения, получаемых автоматической визуальной системой при «общении» с проверяемым субъектом.

В будущем человек сможет общаться со своим видом на подсознательном уровне. Каналы подсознательного общения способны передавать в десятки раз больше информации, которая по своей природе уже является знанием [2].

Список литературы:

1. Иванова В., Иванова В. Щодо формування системи інформаційного забезпечення розвитку економіки України / В. Иванова // Економіст. – 2008. – № 4. – С. 61 – 63.
2. Босак І.П. Інформаційне забезпечення управління підприємством: економічний аспект / І.П. Босак, С.М. Палига // Регіональна економіка. – 2007. – № 4. – С. 193–195.

ЮРЬЕВА И.А., к.э.н., доцент, НТУ «ХПИ»

ВАКУЛЮК В., магистр, НТУ «ХПИ»

КОБЧЕНКО А.А., специалист, НТУ «ХПИ»

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ КАК ЭЛЕМЕНТ БИЗНЕС-ЭТИКИ

В информационно-аналитической работе оказывается недостаточным следование формальной логике, как бы эффективно ни были построены суждения и умозаключения. Сложность принятия административных решений заставляет решать задачи, которые в силу целого ряда причин не укладываются в стандартные схемы. Для их успешного разрешения необходимо, помимо наличия способностей к аналитической деятельности, обладать еще и целым комплексом иных способностей: коммуникации, эмпатии, умениями самоорганизации.

Помимо интеллекта, описываемого в терминах «IQ», существует иной тип интеллекта, который отвечает за всю эмоциональную сферу, позволяющую человеку быть более адаптивным и успешным. Сегодня можно говорить о сосуществовании наряду с концепцией когнитивного интеллекта, способности управлять собственными и чужими эмоциями - интеллекта эмоционального.

Эмоциональный интеллект - это такой тип социального интеллекта, который использует способность мониторинга своих собственных эмоций и эмоций других людей, различать их и использовать информацию для управления собственным мышлением и действиями. Эмоциональный интеллект трактуется в четырех основных контекстах, приближающихся по своему содержанию к представлению об эмоциональной сфере как о сфере интеллектуальной деятельности: эмоциональная идентификация, перцепция и экспрессия; эмоциональная фасилитация мышления; эмоциональное понимание; эмоциональное управление.

Эмоциональный интеллект включает в себя знание того, что представляют чувства индивидуума, и использование чувств, чтобы принимать в жизни хорошие

решения. Это эмпатия - знание того, что чувствуют люди вокруг. Это социальные навыки взаимодействия с людьми, управление эмоциями во взаимоотношениях, способность убеждать и вести за собой других.

Для эмоционального интеллекта наиболее актуальными остаются две сферы: способность человека к самоопределению и самоуправлению и способность человека к управлению взаимоотношениями с другими людьми, что достигается за счет эмпатии. Такие "суррогатные" образования как стратегический анализ информации, риск-менеджмент, принятие решений являются образованиями второго уровня в психической и когнитивной жизни человека, не поддаются обработке стандартными аналитическими способностями, описываемые в терминах и контекстах когнитивного интеллекта и требуют совершенно иного аналитического подхода.

От способности человека адекватно анализировать информацию в условиях тяжелого стресса зависит эффективность принятия административного решения.

При этом следует учитывать, что кризисное управление имеет две стороны:

- управление в условиях повышенной неопределенности оснований для принятия решений и опасности продвижения этих решений;
- управление в условиях состояния тяжелого психологического стресса, который может привести к затруднению принятия адекватных решений.

Эмоциональный интеллект представляет собой в действительности эмоциональное обеспечение интеллектуальных способностей. Такое обеспечение, безусловно, способствует расширению возможностей личности по анализу информации, принятию решений, разрешению проблем и выстраиванию диалога с другими людьми.

СЕКЦІЯ 8 - ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ

МАЦАКОВА М.В., студент, НТУ «ХПІ»

СВІТОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

На сучасному етапі організацією, що регулює правила ведення торгівлі між країнами, є Світова організація торгівлі (СОТ), що була створена 1 січня 1995 з метою лібералізації міжнародної торгівлі і регулювання торгово-політичних відносин держав-членів.

СОТ утворена на основі Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ), укладеної в 1947 році і протягом майже 50 років фактично виконував функції міжнародної організації, але не будучи міжнародною організацією в юридичному сенсі.

СОТ стала головним інститутом світової економічної системи, що включає в себе 162 країни, та 8 раундів багатосторонніх торговельних переговорів.

Організаційна структура СОТ має три ієрархічних рівня. Стратегічні рішення на вищому рівні в СОТ приймає Конференція міністрів, яка збирається як мінімум один раз на два роки. У підпорядкуванні Міністерської конференції знаходиться Генеральна рада, який відповідає за виконання поточної роботи і збирається кілька разів на рік у штаб-квартирі в Женеві у складі представників країн-членів СОТ (зазвичай послів і глав делегацій країн-учасниць). Генеральна рада частково делегує свої функції трьом радам, знаходяться на наступному рівні ієрархії СОТ: Раді з торгівлі товарами, Раді з торгівлі послугами і Раді з торговельних аспектів прав інтелектуальної власності. Секретаріат СОТ, який базується в Женеві, має близько 500 штатних співробітників; його очолює Генеральний Директор СОТ. З 1 вересня 2012 це Роберто Азеведо.

Основними принципами і правилами ГАТТ / СОТ є:

- взаємне надання режиму найбільшого сприяння (РНБ) у торгівлі;
- взаємне надання національного режиму (НР) товарам і послугам іноземного походження;
- регулювання торгівлі переважно тарифними методами;
- відмова від використання кількісних і інших обмежень;
- транспарентність торговельної політики;
- врегулювання торговельних суперечок шляхом консультацій, переговорів і т.д.

Передбачаємими конкурентами СОТ на дане положення в світі могли б стати:

торговельні угоди в рамках ООН, одноразові угоди між країнами, а також можливо і угоду в рамках Організації економічного співробітництва і розвитку.

В якості критеріїв даного дослідження візьмемо наступні:

- ефективність даних структур на світовій арені (здатність структури дотримуватися заданого механізму і певної програми дій);
- наявність обмежень, пов'язаних з географічної, функціональної та посекторної сферою дії кожної інституційної структури;
- синергія (три критерія синергії);
- доступність (наявність політичної підтримки, існуючі переваги та витрати, пов'язані з впровадженням нових міжнародних угод в структуру розглянутого інституту).

Найважливішими функціями СОТ є: контроль за виконанням угод і домовленостей пакета документів Уругвайського раунду; проведення багатосторонніх торговельних переговорів і консультацій між зацікавленими країнами-членами; вирішення торговельних суперечок; моніторинг національної торговельної політики країн-членів; технічне сприяння державам, що розвиваються з питань, що стосується компетенції СОТ; співробітництво з міжнародними спеціалізованими організаціями.

Процедура врегулювання суперечок СОТ ґрунтується на чітко визначених правилах торгівлі, дотримання яких обов'язкове для всіх країн-членів.

Механізм врегулювання суперечок СОТ називають центральною ланкою всієї багатосторонньої торговельної системи, оскільки він забезпечує ефективність її роботи через здійснення нагляду за дотриманням правил в торгівлі.

Наразі можна зробити висновок, що діяльність СОТ хоча і стикається з деякими труднощами, але є ефективною і оптимальною. Можна відзначити, що існує два підходи до проблеми ефективності СОТ. Прихильники одного підходу вважають СОТ інструментом, за допомогою якого розвинені країни взагалі і США зокрема нав'язують інтереси своїх ділових еліт решті світу.

Прихильники іншого підходу вважають її нейтральною структурою, яка забезпечує вироблення колективних правил і норм, що приносять користь всім бере участь в торгівлі країнам.

Стратегією розвитку СОТ стало поступове залучення в неї все нових і нових країн, але при цьому чим менш розвиненою є економіка країни, тим більш тривалий період надається їй для повної реалізації принципів вільної торгівлі.

Так, на найнавантаженишому торговому маршруті світу - з Китаю до Європи - за тиждень до 21 серпня (останній офіційний звітний період) вартість фрахту звалилася на 26,7% - до 469 доларів за 20-футовий контейнер (TEU), і за цей час ціни на транспортування вантажів звалилися на 60%

Спираючись на статистичні дані СОТ автор може висловити стурбованість сучасними трендами в міжнародній торгівлі. Насамперед, тотальному зменшенні ролі

світового експорту та стагнацією ВВП. Ці економічні показники завжди визначали економічне майбутнє світу, тож і зараз потребують досконалого вивчення.

Існує ряд факторів, які підтверджують думку про те, що СОТ є найоптимальнішим координатором світового співробітництва в торгівлі.

Розглянемо їх детальніше:

- існуюча міжнародна підтримка. СОТ є однією з декількох міжнародних економічних організацій за межами ООН, яка користується довірою у більшості країн-учасниць міжнародної спільноти;
- процеси та механізми СОТ підтримуються широкою групою зацікавлених осіб розвинутих країнах і країн і включають велику частину світової спільноти;
- інститути СОТ діють щодо нейтрально і незалежно, тому являють собою надійну систему, яка в змозі розглянути і вирішити проблеми різних груп у відносно об'єктивній формі.

СЕКЦІЯ 9 - АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

БАРЩЕВСЬКИЙ А.В., магістр, Українська академія друкарства

БРОНОВСЬКА О.О., магістр, Українська академія друкарства

КУШНІР В.А., магістр, Українська академія друкарства

ВПЛИВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ЕКОНОМІЧНІСЬКУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ

Малі підприємства є однією із найбільш динамічних складових ринкової економіки, яка сприяє розвитку інноваційних процесів, зміцненню економічного стану регіонів, збільшенню кількості робочих місць, зростанню конкуренції, наповнення ринку товарами і послугами, які мають значний попит у споживачів. Проте в умовах складної політичної та економічної ситуації особливо актуальними постають питання забезпечення економічної безпеки вітчизняних малих підприємств.

Згідно ст.55 п.3 Господарського кодексу України суб'єкти господарювання у залежності від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва. З метою усунення диспропорцій та імплементації Угоди про асоціацію України та ЄС, зокрема положень Директиви 2013/34/ЄС для вирівнювання умов конкуренції, Верховною Радою України було внесено зміни у Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», в якому встановлено критерії віднесення підприємств у відповідності до законодавства ЄС, а саме відповідність щонайменше двом із критеріїв: балансова вартість активів - до 4 мільйонів євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - до 8 мільйонів євро та середня кількість працівників - до 50 осіб [5].

За даними Держстату України станом на 31.12.2016 р. в Україні налічувалося 1 865 530 суб'єктів господарювання (в тому числі 306369 юридичних особи), з яких 291154 суб'єктів малого підприємництва. Упродовж 2013-2016 років спостерігалось зменшення кількості суб'єктів малого підприємництва на 21,5%. В структурі суб'єктів господарювання питома вага суб'єктів малого підприємництва складає 15,6 % від загальної кількості суб'єктів господарювання у 2016 році та 95% від кількості суб'єктів-юридичних осіб [1].

Мале підприємництво відіграє значну роль в системі національної безпеки України. Притаманна малому бізнесу оперативність реакції на негативні дестабілізуючі впливи забезпечує збереження стабільності економіки країни в цілому.

Це обумовлюється простотою функціональних зв'язків, відсутністю потреби у значних початкових інвестиціях та швидкістю обороту ресурсів.

Окрім цього, малі підприємства відіграють значну роль у зайнятості населення, зокрема їх частка у загальній кількості зайнятого населення складає 27,4%. При цьому слід звернути увагу, що в абсолютному виразі загальна кількість зайнятого населення скоротилася на 10,8% і становить близько 1,6 млн. осіб. Частка малого бізнесу у формуванні доходів населення складає 16%, що становить 57591,9 млн. грн. витрат на оплату праці у 2016 році. Проте динаміка фінансових результатів діяльності суб'єктів малого бізнесу вказує на збитковість їх діяльності. Загальний збиток у 2016 році склав 24151,4 млн. грн. Слід зауважити, що збитковими було 26,7% усіх СМП, що в значній мірі впливає на зниження як рейтингу конкурентоздатності України, так і рівня безпеки національної економіки.

Таким чином роль малого бізнесу у формуванні економічної безпеки в Україні проявляється у наступному:

- малий бізнес забезпечує значне зменшення рівня безробіття в Україні через зайнятість населення та самозайнятість фізичних осіб-підприємців;
- частка малого бізнесу у формуванні доходів населення через витрати на оплату праці на рівні 16% забезпечує через ЄСВ наповнення Пенсійного фонду, що зменшує його дефіцит, а також зменшує соціальну напругу і забезпечує добробут населення;
- функціонування малого бізнесу створює конкурентне середовище в Україні і стримує монополізацію економіки;
- здебільшого вузькопрофільність діяльності малого бізнесу дозволяє ефективно впровадження новітніх комерційних та науково-технічних розробок;
- малі підприємства мають можливість оперативно реагувати на зміни кон'юнктури ринку, що забезпечує ринкову економіку необхідною гнучкістю.

За даними Всесвітнього банку Україна за легкістю ведення бізнесу у 2017 році посідає 76 позицію з індексом 65,75 серед 190 країн. При цьому Україна посідає 52 позицію в цьому рейтингу за складністю реєстрації бізнесу, що на 18 позицій вище ніж у 2015 році [3]. Будучи найбільш чисельним та найбільш гнучким і динамічним елементом в економіці України, малий бізнес має ряд загроз його фінансово-економічній безпеці:

- практично відсутність доступу до кредитних ресурсів для малого бізнесу. Хоча за даним Всесвітнього банку Україна посідає 29 місце в рейтингу країн за легкістю отримання кредитів [3], проте отримання кредитів обмежується здебільшого низьким рівнем рентабельності діяльності СМП на рівні 4,5-6% при процентних ставках короткострокових кредитів на рівні від 24,5 % річних у гривні;
- нестабільність законодавства, стандартів продукції, особливо в період імплементації Угоди про асоціацію України з ЄС;
- низька якість судочинства, про що свідчать місце України в рейтингах

дотримання контрактів (який враховує час та вартість вирішення комерційного спору через місцевий суд першої інстанції та якість індексу судових процесів) та захисту прав міноритарних інвесторів відповідно на 82 та 81 позиціях;

- слабка забезпеченість на малих підприємствах висококваліфікованими кадрами;
- низький рівень оплати праці та міграція кваліфікованої робочої сили за кордон;
- зниження інвестиційної привабливості України. За даними Європейської Бізнес Асоціації індекс інвестиційної привабливості України за друге півріччя 2017 року склав 3,03 за шкалою Лайкерта [2] та 81 позиція України в рейтингу глобальної конкурентоспроможності за версією Всесвітнього економічного форуму [4].

Результати зазначених рейтингів, свідчать про негативні настрої бізнесу щодо розвитку підприємництва в Україні. Це обумовлюється поразками у боротьбі з корупцією і, відповідно її високий рівень, відсутність прогресу у створенні антикорупційного суду, конфлікт між ГПУ та НАБУ, уповільнений темп реалізації судової, земельної реформ, відсутність приватизації, військовий конфлікт на Сході, а також нестабільність та девальвація національної валюти, інфляція, обтяжливі податкові процедури.

Список літератури:

1. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікро підприємництва. Статистичний збірник. – К: Державна служба статистики України. – 2017. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/zb/12/zb_dsvsm2016w.zip
2. Як інвестори оцінили бізнес-клімат України у 2-му півріччі 2017. Звіт Європейської Бізнес Асоціації. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2017/12/Release_IAI_2_half_2017_UKR.pdf
3. Благоприятность условий ведения бизнеса: Украина [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/ukraine/>.
4. Индекс глобальной конкурентоспособности. Гуманитарная энциклопедия [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий, 2006–2017 (последняя редакция: 05.12.2017). Режим доступу: <http://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info>
5. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень», № 2164-VIII від 5.10.2017 р. - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2164-19>

ГЕВАК О.І., магістр, Українська академія друкарства

ГВОЗДЕЦЬКА І.М., магістр, Українська академія друкарства

КАДРОВА БЕЗПЕКА ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кадрова безпека займає визначальне місце відносно інших функціональних складових системи економічної безпеки підприємства. Ідентифікація, систематизація та моніторинг кадрових ризиків та загроз кадровій безпеці, розробка заходів щодо їх виявлення, попередження та нейтралізації є важливим аспектом функціонування кадрової безпеки в системі економічної безпеки підприємства.

Вчені визначають поняття кадрової безпеки, як правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом [1]; процес запобігання негативним діям на безпеку підприємства [2]; стан системи соціально-трудових відносин між її учасниками (роботодавцем, працівниками, державними та іншими громадськими інститутами) [3]; засіб попередження та зменшення загрози негативного впливу на економічну безпеку недостатньо кваліфікованих співробітників підприємства, неефективного управління персоналом щодо збереження та розвитку інтелектуального потенціалу підприємства [4]. У понятті кадрової безпеки ключовим є попередження загроз, які представляють собою негативні дії, що впливають на стан кадрової складової економічної безпеки підприємства. Здебільшого залежно від сфери виникнення виділяють внутрішні та зовнішні загрози.

Основними внутрішніми ризиками та загрозами кадровій безпеці видавничо-поліграфічних підприємств є: невідповідність кваліфікації співробітників займаних посад; низький рівень організації системи навчання; неефективна система мотивації, що обумовлює низьку лояльність персоналу до підприємства; нецільове використання кваліфікованих співробітників; неякісні перевірки кандидатів під час наймання на роботу. До зовнішніх загроз слід віднести: переманювання персоналу конкурентами, кращі умови мотивації у конкурентів; постійна міграція кадрів; розповсюдження інформації в сфері конкурентів; зниження купівельної спроможності населення.

Для оцінки рівня окремих складових кадрової безпеки видавничо-поліграфічних підприємств необхідно використати систему показників, розрахунок яких здійснюється на основі звітних даних та внутрішньо облікової інформації підприємства. Індикатори чисельного складу персоналу підприємства: показник укомплектованості кадрами, показник плинності кадрів, показник постійності кадрів. Група показників ефективності використання персоналу підприємства включає показники продуктивності праці, стану трудової дисципліни. В якості індикатора мотиваційної системи підприємства використано показник середньої зарплати працівника, а в якості індикатора інтелектуального потенціалу підприємства вибрано коефіцієнт освітнього рівня працівників. Узагальнена оцінка кадрової безпеки проводиться на основі порівняння граничних та фактичних значень показників. Рівень кадрової безпеки ряду досліджуваних видавничо-поліграфічних підприємств можна оцінити як кризовий, оскільки виявлено значне недотримання граничних значень індикаторів (коефіцієнтів постійності та плинності кадрів, а також коефіцієнта мотивації заробітної плати).

Список літератури:

1. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. / О.А. Кириченко. — К.: Знання-Прес, 2002. — 384 с.
2. Козаченко А.В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизмы обеспечения: моногр. / А.В. Козаченко, В.П. Пономарев, А.Н. Ляшенко. — К.: Либра, 2003. — 280 с.
3. Кузнецова Н.В. Поведение персонала как объект обеспечения кадровой безопасности организации / Н.В. Кузнецова // Вестник Забайкальского государственного университета экономики и права. — 2015. — № 6. — С. 23-27.

ГУРА А.О., старший викладач, ХНПУ імені Г.С. Сковороди

ЩЕРБІНА Д.А., студент, ХНПУ імені Г.С. Сковороди

ОФШОРНІ ЗОНИ: СУТЬ, ВИДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Невід’ємною складовою сучасної світової економіки стають офшорні зони, які, з одного боку, забезпечують можливість доступу на міжнародні фінансові та інвестиційні ринки, з іншого, несуть потенційну загрозу світовій спільноті через використання офшорних схем із кримінальною та злочинною метою.

Офшорна зона (від англ. off shore — «поза берегом») — один із видів вільних економічних зон, особливістю яких є створення для підприємців сприятливого валютно-фінансового та фіскального режимів, високий рівень та законодавчі гарантії банківської та комерційної секретності, лояльність державного регулювання. Офшорною зоною часто називається держава або її частина, де компанії-нерезиденти мають особливі умови реєстрації, ліцензування діяльності, оподаткування.

Свою вигоду офшорна зона отримує у вигляді зборів за реєстрацію та перереєстрацію компаній, податкових надходжень, розвитку будівництва та телекомунікаційних мереж. В світі існує більше 50 офшорних зон. Здебільшого це невеликі країни, в яких сектор офшорних послуг є суттєвим, а часом і основним джерелом доходу.

Офшорні зони поділяють на:

- класичні офшорні зони, в яких компанія-нерезидент щорічно платить державі невелике мито, при цьому з неї не стягується ніяких податків і не потрібно бухгалтерських звітів (найвідомішими представниками цього типу є: офшор «Беліз», офшор «Британські Віргінські острови» і «Кайманові острови»);
- офшорні зони з низьким оподаткуванням, в яких не стягуються податки з компаній, що ведуть бізнес за їх межами, і діє низьке оподаткування для місцевого бізнесу (найяскравішим прикладом такої офшорної зони є Кіпр);
- країни, які надають податкові пільги. Для певних видів діяльності податкові пільги нерезидентам надають багато країн, які найчастіше навіть не асоціюються з поняттям офшору (наприклад, Великобританія, Швейцарія, Греція, Нідерланди).

Важливою особливістю більшості офшорних територій є надання пільгового податкового режиму та виконання вимоги проведення ділових операцій за межами країни, де офіційно зареєстрована офшорна компанія.

Багато офшорних юрисдикцій стягують податки, проте всі вони або не стягують податок на прибуток взагалі, або стягують його тільки з певних категорій

доходу, або стягують податок нижчий, ніж у тій країні, де платники є податковими резидентами. Відсутність податку на прибуток, як правило, є частиною політики залучення іноземного капіталу.

Характерною для офшорних зон є наявність надмірно жорстких правил захисту банківської й комерційної таємниці. Не підлягають розголошенню особистості власників фірми, розкриття їхніх імен може вимагатися лише у випадку початку розслідування по факту здійснення карного злочину.

Крім того, відсутні обмеження на вивіз валюти, компанії можуть вільно відкривати депозити в будь-якій валюті. Використання офшорних юридичних осіб дає можливість розміщувати капітал у твердій валюті в надійних банках стабільної країни.

До основних особливостей офшорних зон відносять також низький рівень статутного капіталу, спрощену процедуру керування фірмою та спрощену систему звітності.

Сьогодні офшорні зони відіграють важливу роль в сфері перерозподілу капіталу на глобальному рівні, а кризові явища у світовій економіці посилюють проблему оптимізації податків і підвищили рівень популярності офшорних зон.

ДЕРЧИК Я.П., студент, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

РУСНАК Л.Р., к.е.н., викл., Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

МИТНИЙ КОНТРОЛЬ, ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА ПРОЦЕСУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

На шляху інтеграції, Україна входить у світове господарство, де соціально-правові, управлінські, організаційні засади сприяють розвитку економіки та дозволяють створити умови для ведення зовнішньоекономічної діяльності. Відносини між іноземними державами дають необхідність обмінюватися ресурсами та послугами, які в свою чергу дозволяють вирішувати різні економічні питання, регулюють внутрішню економічну політику та безпеку держави, шляхом підтримання та взаємовигідного співробітництва. Економічна безпека – це такий стан національної економіки, який дозволяє зберігати стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз і здатний задовольнити потреби особи, сім'ї, суспільства, держави [1]. Економічна безпека країни в умовах глобалізації передбачає захист вітчизняних виробників, здійснює контроль та надає змогу бути конкурентоспроможним на ринку та рівноправним у міжнародній торгівлі. Більшість досліджень присвячених економічній безпеці розглядалися у контексті загальної концепції безпеки у статті С.М.

Гамідулаєва [2], митно-тарифному регулюванню як засобу забезпечення економічної безпеки - робота Х. Шрайбер [3]. Водночас, відсутнє акцентоване дослідження місця контрольної діяльності митних органів ДФС України в процесі забезпечення економічної безпеки України.

Якщо розглядати економіку у сфері митної справи, то велику роль в розвитку ринкових відносин відіграють митні інтереси та митна безпека. Згідно МКУ: «Митні інтереси – це національні інтереси України, забезпечення та реалізація яких досягається шляхом здійснення державної митної справи. Митна безпека – це стан захищеності митних інтересів України» [4]. Митна безпека повинна охоплювати, насамперед безпечного постачання товарів та послуг, боротися з контрабандою та порушеннями митних правил у сфері експорту та імпорту. Держава повинна гарантувати безпеку митних інтересів, а саме: створити сприятливі умови для вільної торгівлі; припинити контрабандну діяльність та порушення митних правил; реформувати митне законодавство України відповідно до світових та європейських стандартів; зробити зовнішньоекономічну діяльність прозорою; темп ввезення та вивезення товарів та пасажирів через митний кордон, повинен бути пришвидшений; забезпечувати споживчий ринок якісними іноземними продуктами та перешкоджати товарам які можуть принести шкоду довкіллю.

Наша держава повинна брати участь в процесах розширення ЄС, яка дасть змогу уніфікувати ризики торгівлі, господарювання та механізмів соціального управління. Це дасть змогу створити шляхи для поліпшення економічного стану сформувати єврорегіональне співробітництво, яке містить торгіві, інвестиційні контакти, спільну реалізацію науково-технічного прогресу, взаємодію в галузі прогнозування НТП, створення спільних підприємств. Держава повинна проводити контроль за експортно-імпортними операціями, який дозволить захистити вітчизняного виробника, боротися з «тіньовою» економічною діяльністю, протидіяти неконтрольованому впливу національних, фінансових матеріальних, інформаційних та інших ресурсів.

Поставленні завдання повинні регулюватися засобами митного контролю. Широкі номенклатурні об'єкти вимагають розробку та застосування спеціальних методів, технологічних інструментів та систем в проведенні поточного контролю товарів та транспортних засобів. До засобів митного контролю можна віднести: використання технічних та спеціальних засобів, митний огляд та переогляд товарів і транспортних засобів, перевірка істинності документів та атрибутів митного забезпечення, контроль об'єктів перевезень, пошук і виявлення предметів контрабанди, ідентифікація об'єктів, контроль носіїв інформації, візуальне спостереження оперативної обстановки в зонах митного контролю, забезпечення оперативного управління процесом митного контролю, виконання технологічних операцій під час ручного догляду, накладання атрибутів митного забезпечення, збирання, обробка, зберігання, документування та відображення інформації. За

допомогою перерахованих засобів можна швидко ідентифікувати об'єкт та не допустити правопорушень в ході перетину державних кордонів.

Отже, митна безпека є складовою частиною економічної безпеки розвитку економіки, яка має захищати національні економічні інтереси, швидко реагувати на зміни, які можуть бути спричиненими зовнішніми і внутрішніми факторами, регулювати міжнародну торгівлю, адаптуватися до змін та бути цілісною динамічною системою. Митні органи та держава повинні швидко реагувати та спрямовувати заходи, саме на забезпечення економічної безпеки держави, тобто реалізовуватися в контексті здійснення активної структурної і митної політики, посилення активності в зовнішньоекономічних сферах економіки та проведення інституціональних перетворень.

Список літератури:

1. Шлемко В.Т. Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення [Електронний ресурс] / В.Т. Шлемко, І.Ф. Бінько // 2. – 1997. – Режим доступу до ресурсу: <http://old.niss.gov.ua/book/rozdil/rozd01.htm>.
2. Гамидуллаев С.Н. Основы формирования концепции безопасности таможенный контроль // Ученые записки Санкт-Петербургского филиала РТА. 2001. № 3. - С. 107-110.
3. Christina Shraiber. Customs tariff regulation as an instrument of economic security of the russian federation // Customs Scientific Journal CUSTOMS. 2016. Vol. 5, No. 2. P. C.88-93
4. Митний кодекс України: чинне законодавство із змінами і доповненнями станом на 27 січня 2017 року: Офіц.Текст. – К.: Алерта, 2017. – 334с. С.13

КЛИЩУК О.В., студент, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Науково-технічний прогрес суспільства зумовлює піднесення питання світової економіки в умовах сучасної глобалізації, яка стала вагомою характеристикою міжнародної економічної системи та є однією з найбільш впливових сил, що визначають хід розвитку нашої планети. Глобалізація є головним фактором, який впливає на світову економіку та політику наприкінці двадцятого – початку двадцять першого століття. Світова система, в рамках якої відбувається глобалізація, заснована на політичному та економічному взаємозв'язку між державами і являє собою систему національних економік.

Глобалізація має як позитивні, так і негативні аспекти. Її позитивний вплив пов'язаний зі стимулюванням прогресу, а негативний – з потенціальними конфліктами, до яких вона може призвести. Запобігти ним можливо лише шляхом розвитку глобального співробітництва на основі політичних угод або створення нових міжнародних інститутів. Однак, слід визнати, не зважаючи на позитивні та негативні наслідки глобалізаційного процесу, він вже явно змінив світову систему, породжуючи нові проблеми та відкриваючи нові можливості, а тенденції технологічного,

політичного, інституціонального, ідеологічного та культурного розвитку тільки активізують процес глобалізації.

Глобалізація економіки, як вища стадія інтернаціоналізації господарського життя, є одночасно феноменом, що вже сформувався, і процесом, який ще продовжується. Вона є об'єктивною реальністю, яка здійснює, хоча і в різній мірі (залежить від ступеню відкритості та «самодостатності» національних господарств), детермінуючий вплив на різні сфери суспільного життя всіх країн світу.

Глобалізація докорінно змінює конфігурацію світової економіки. В умовах загострення конкурентної боротьби за споживача з метою економії на заробітній платі різні фази виробництва стало вигідним розміщувати по різних країнах залежності від місцевих особливостей в оплаті праці. Це надало поштовх до формування і розвитку так званого глобального виробництва на чолі з транснаціональними корпораціями нового типу. Їх бізнесові інтереси концентрувалися переважно в обробній промисловості та в сфері послуг промислово розвинутих країн. Це суттєво прискорило зростання їх зарубіжних інвестицій, створення значної кількості філій і розвиток підрядних відносин з фірмами країн реципієнтів. Почався стрімкий розвиток світової торгівлі – зросла її товарна структура за рахунок включення до неї значної кількості проміжної промислової продукції.

Динаміка, зміст та масштаби міжнародної економічної взаємодії сьогодні визначаються глобальними тенденціями світового розвитку, які відображають глибинні трансформації практично в усіх сферах життя суспільства, причому швидкість відповідних змін постійно зростає. Глобалізація не зводиться лише до економічного аспекту життя світового соціуму, вона охоплює і політичну, соціальну, культурну, науково-технічну та інші сфери.

Отже, процес глобалізації розвивається і все більше країн світу відчують його наслідки в різних сферах суспільного життя. Дослідження цих наслідків для кожної країни світу, а також розробка пропозицій щодо подолання негативних наслідків глобалізаційного процесу є нагальною науковою проблемою, яка вимагає проведення подальших наукових досліджень в даній сфері.

МАКСИМЕНКО Я.А., к.е.н., професор, НТУ «ХПІ»

КАШАРА А.В., студент, НТУ «ХПІ»

ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Зростання відкритості українського суспільства неминуче сприяє все більшій участі України в міжнародному обміні робочою силою. Розвиток ринкової економіки створює умови, при яких формується ринок праці. Однією з важливих його

особливостей є різке зростання міграційних процесів як усередині країни, так і за її межами.

До причин, що стимулюють зростання територіальної міграції населення належать:

- нестабільність, циклічність економіки і пов'язаний з цим процес безробіття, процеси денаціоналізації та приватизації, які супроводжуються збільшенням мобільності капіталу, його інтенсивним міжгалузевим і географічним перерозподілом;
- нерівномірність у рівні життя на національному рівні між селянами та городянами та на світовому рівні при порівнянні з розвинутими країнами;
- екологічна ситуація в окремих регіонах;
- інтенсифікація міграційних процесів на національному ґрунті;
- розширення зовнішньоекономічних зв'язків України, а також лібералізація режиму виїзду громадян інших країн;
- політична нестабільність.

Однією з причин, що гостро впливає на процеси міграції України є безробіття, що має в більшій мірі циклічний характер. Так, в Україні, починаючи з 90-х років ХХ століття, спостерігається тенденція до зменшення чисельності працездатного населення практично у всіх галузях професійної діяльності. За методологією МОП в Україні рівень безробіття становив в 2000 р - 11,6%; 2001 г. - 10,9%, в 2007 р. рівень безробіття склав 6,4% працездатного населення, в 2008 р - 6,4%, в 2009 р - 8,8%, що становить 702,7 тис. осіб., в 2010 р - 8,1%. До кінця 2011 року рівень безробіття дещо знизився до 7,9%, в 2012 р - коливався від 7,5% до 7,4%. Надалі ця тенденція продовжувалась, і в 2014 цей показник становив 9,7%, залишившись на такому рівні і у 2016 році[3].

Це стимулює працездатну частину населення до трудової міграції.

Слід зазначити, що на сьогодні трудові мігранти вносять до країни значну частину валютних надходжень, що безперечно є позитивним аспектом.

Але поряд з цим відбувається відтік висококваліфікованих кадрів, що негативно впливає на подальший розвиток країни. Важливу роль відіграє в цьому розвиток іноземних програм навчання талановитих студентів – потенційно сильних фахівців, стажування та працевлаштування у провідних компаніях світу, значно вищі заробітні плати, умови життя, кар'єрний ріст [1].

В той час до країни в'їжджають низькокваліфіковані кадри, в тому числі нелегально. За статистичними даними у 2015 р. в Україні було затримано 1,8 тис. осіб за незаконний перетин кордону, 37% з них становили вихідці з Афганістану. Така проблема є дуже актуальною у світі, бо нелегальна міграція робочої сили має тенденцію до зростання. У США їх чисельність становить 13 млн. за офіційними даними, а за деякими джерелами – досягає 40 млн. Це в основному мексиканці, які працюють в сільськогосподарському секторі. У Японії нелегальних мігрантів менше

300 тис., у Австралії 5 млн [4].

Отже, велика кількість трудових мігрантів, що виїжджають з країни свідчить про стадію спаду в економіці і ще більш негативно впливає на ситуацію. А неконтрольований в'їзд нелегальних мігрантів з низько розвинених країн створює нестачу робочих місць для корінного населення. Тому необхідним для країни є рішення проблеми трудової міграції, перш за все, шляхом забезпечення роботою та гідного рівня життя. Важливим є вирішення проблеми «витікання мізків» не шляхом створення бар'єрів, що перешкоджають виїзду найбільш талановитих співвітчизників, а створення умов, направлених на реалізацію їх потенціалу в своїй країні [2]. Слід звернути увагу на стимулювання притоку такого населення з інших країн. Також необхідним є жорсткий контроль в'їзду трудових мігрантів на легальних умовах.

Список літератури:

1. Максименко Я.А. Зовнішня міграція в Україні: сприяння розвитку чи бар'єр? / Я.А. Максименко, А.О. Талалаєва // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – Т. 2, № 5. – С. 240 - 244.
2. Максименко Я.А. Миграционные процессы в Украине : проблемы и перспективы / Я.А. Максименко, И.И. Хайло // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – Харків : НТУ «ХПІ», 2014. - № 23 (1066).– С. 40 – 47.
3. Міграційна статистика в Україні на шляхи її удосконалення. [Електронний ресурс]//Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень. – Режим доступа: <http://www.niss.gov.ua/articles/1694/>
4. Рівень безробіття в Україні [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Эмиграция из Украины [Электронный ресурс] // Миграционный форум Украины. – 2011г. – Режим доступа: <http://imi.com.ua/obschii/590- immigraciya-v-ukrainu-emigraciya-iz-ukrainy-statistika-fakty.html>.

ПРИЛУЦКАЯ Ю.С., студент, НТУ «ХПІ»

РЫНОК ТРУДА УКРАИНЫ: ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ И ПУТИ РАЗВИТИЯ

Определяющей тенденцией мировой хозяйственной динамики в XXI веке является экономическая глобализация. На современном этапе в обществе, а также между государствами и бизнес-структурами, происходят взаимопроникновение, слияние и расширение экономических связей и зависимостей. Одним из важнейших процессов в существующих условиях является развитие мирового рынка труда.

Украине, как и другим странам, принимающим участие в глобализации, необходимо создать соответствующую линию поведения интеграции своих рынков в мировое хозяйство. Для динамического роста страна обладает собственными специфическими факторами – природными ресурсами и землей. Однако, в Украине недостаточно рассматривается человеческий потенциал как возможный элемент эффективного роста.

Особенностями развития украинского рынка труда являются:

- существование неофициальных форм занятости;

- неравномерное распределение ресурсов по территории страны;
- сверхзанятость населения, связанная со скрытой безработицей (в 2017 г.

Украина вошла в топ стран по уровню теневой экономики – 46,12% от ВВП) [1].

Данная проблема обостряется обесцениванием труда. Ниже приведены данные почасовой оплаты за 2017 г. по нескольким странам(рис. 1) [2].

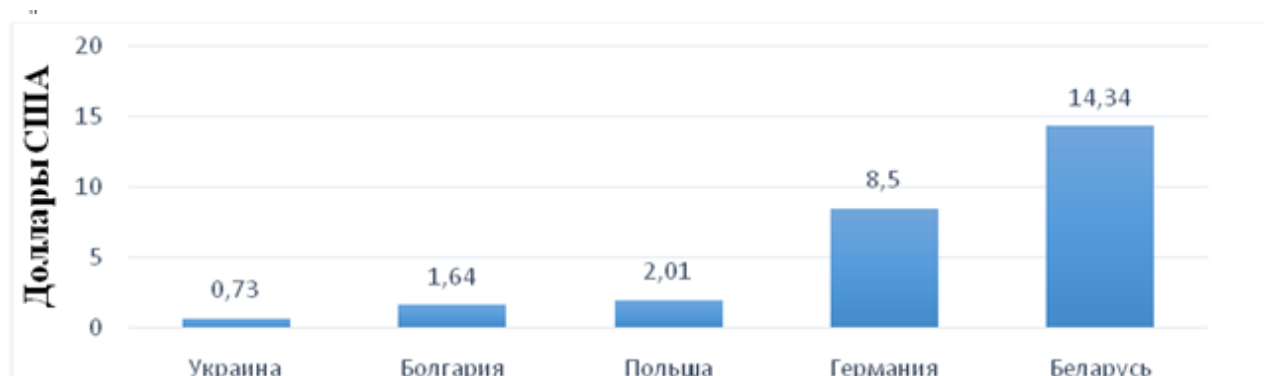


Рис.1 – Почасовая оплата в Украине и некоторых других странах в 2017 г.

В экономическом аспекте обесценивание труда препятствует развитию и расширению национального производства. Следствием этого является движение рабочей силы. На данный момент за границей зарегистрировано 6,5-8 млн. украинцев по данным Всемирного банка и Международной организации по миграции. Это почти треть трудоспособного населения Украины (22,5 млн.). 33% украинских мигрантов имеют высшее образование [3]. Огромная проблема – это эмиграция образованных людей. По данным, с 1996 по 2011 годы из Украины на постоянное место жительства за границу выехало 1622 ученых. Чаще всего ученые выезжали в США, Германию и Россию. И это в ситуации, когда количество ученых-исследователей в Украине с 1991 года по 2013 год сократилось втрое[5]. Следствие такого явления – сложность создания конкурентных преимуществ национальной экономики и замедление процессов модернизации, а в будущем – исчезновение отраслей, которые формируют экономическую безопасность.

В условиях глобализации возрастает значение человеческого потенциала, так как человек является основным носителем знаний, технологий, опыта, информации, а также важнейшим фактором конкурентоспособности страны. По уровню развития человеческого капитала 2013 года Украина заняла 63 место с отрицательным индексом -0,124, после Аргентины и Эквадора, с индексами -0,120 и -0,099 соответственно, при этом обогнав Азербайджан – 64 место, с индексом -0,157, и Македонию, 65 место с индексом -0,160[6]. Обеспечение эффективного функционирования национального рынка труда возможно при построении программ развития законодательной, производственной, социальной и экономической сфер на принципах развития человеческого капитала, то есть посредством формирования среды, которая будет содействовать развитию знаний, умений и навыков

человека[4]. Развитые страны создают благоприятные условия для высококвалифицированной рабочей силы. Например, в США предоставляют различные бонусы и социальные льготы, опционы по покупке акций, распространяют введение нетрадиционных графиков работы, что способствует привлечению профессионалов.

Рынок труда Украины находится под постоянным влиянием глобализации: меняется его структура, состояние и движение трудовых ресурсов. На данный момент наше государство превратилось в страну массовой миграции, лишилось трети своего потенциала и не меняет своего курса. Целесообразно осуществлять регулирование рынка труда с помощью института гражданства, социального партнерства, минимальной заработной платы, инвестирования в человеческий потенциал, регулирования внешней трудовой миграции. Решая данные проблемы, Украина создаст предпосылки и обеспечит резерв времени для собственного развития социально-трудовых отношений, соответствующий ее желаемому социально-экономическому статусу.

Список литературы:

1. Гармидер Л.Д. Влияние глобализации мировых рынков на функционирование и развитие рынка труда в Украине / Л.Д. Гармидер // Вісник економічної науки України. – 2009. - №1. – с. 57 – 61.
2. Статистическая информация: Міністерство фінансів України. Електронний ресурс. – Режим доступа : <https://index.minfin.com.ua/>
3. Статистическая информация: Державна служба статистики України. Електронний ресурс. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Максименко Я.А. Зовнішня міграція в Україні: сприяння розвитку чи бар'єр? / Я.А. Максименко, А.О. Талалаєва // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – Т. 2, № 5. – С. 240-244.
5. Максименко Я.А. Миграционные процессы в Украине: проблемы и перспективы / Я.А. Максименко, И.И. Хайло // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – Харків : НТУ «ХПІ», 2014. - № 23 (1066). – С. 40 – 47.
6. Максименко Я.А. Украина в системе международных экономических отношений / Я.А. Максименко, И.В. Гаврилова // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – Харків: НТУ «ХПІ», 2014. – № 23(1066). – С. 33-39.

ТЕСЛЯ О.А., студент, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

РУСНАК Л.Р., к.е.н., викладач, Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

РОЛЬ МИТНОГО БРОКЕРА У МИТНОМУ ПОСЕРЕДНИЦТВІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

У сучасних умовах глобалізації та інтеграції світової торгівлі особлива увага приділяється митному посередництву, посередництво відіграє важливу роль в забезпеченні вільного переміщення товарів та транспортних через митний кордон України. Здійснюється поглиблення інтеграції міжнародних вимог в регулювання

зовнішньоекономічної діяльності України. Адже реформи, які в наш час проводяться в Україні, здійснюються із супроводом лібералізації зовнішньоекономічної діяльності, що у свою чергу визначає механізми митного регулювання та митного оформлення товарів при перетині митного кордону України.

Ефективна діяльність митних органів в ході митного оформлення товарів, що переміщуються через митний кордон України, впливає на результати діяльності експортерів та імпортерів, що значною мірою визначають конкурентні переваги національної економіки [1, с. 132].

Вивченню митного посередництва присвячено багато робіт таких науковців, як О.В. Коломоєць, А. В. Мазур, І.І. Світлак, Д.В. Приймаченко та ін. Зважаючи на часту зміну митного законодавства, дослідження у цьому напрямку ще тривалий час не будуть втрачати актуальності.

Під час здійснення митних формальностей митний брокер є посередником, який допомагає суб'єкту зовнішньоекономічної діяльності здійснити всі необхідні дії для успішного митного очищення товару.

Згідно з ст. 416 МКУ митний брокер – це підприємство, що провадить митну брокерську діяльність у будь-якому органі доходів і зборів, надає послуги з декларування товарів, транспортних засобів комерційного призначення, які переміщуються через митний кордон України.

Митний кодекс України визначає митну брокерську діяльність як таку, що проводиться на підставі дозвільних документів центрального органу виконавчої влади, та забезпечує реалізацію державної політики у сфері державної митної справи, та контролюється митними органами [2].

Митний брокер представляє з одного боку інтереси суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а з іншої держави в особі державних митних органів. Відносини між брокером і клієнтом діють на основі договору.

Митний брокер може виконувати такі функції: декларування товарів, одержання дозвільних документів, експертних висновків, сертифікацію вантажу, здійснення митних платежів.

Митний агент чи брокер виконуючи митне оформлення несе відповідальність та має обов'язки такі ж як особа, яка самотійно здійснює переміщення товарів через митний кордон України.

Під час декларування товарів і ТЗ митний брокер має такі ж права що й особа, яка вповноважує його представляти свої інтереси у взаєминах з митними органами. Митний декларант має право вимагати від особи яку він представляє надання документів, відомостей, а також іншої необхідної інформації про вантаж який ним декларується [2].

Особи, які користуються послугами митного брокера мають такі переваги:

- отримують послуги висококваліфікованих фахівців у даній сфері. До митних посередників ставляться такі вимоги: фінансові, професійні, організаційно-

технічні та інші, що у свою чергу робить їх компетентними з питань Державної митної справи;

- зменшення витрат на послуги. Витрати на декларування товарів та транспортних засобів при їх переміщенні через митний кордон України за участю митних посередників значно менші, вони оплачуються в розмірі процентного визначення до обсягу товарів;

- економія часу та власних витрат на митні операції. За допомогою митних посередників здійснюється значне збільшення експортно-імпортних операцій та їх оперативне проходження митних процедур, що економить час та знижує зростання власних витрат на такі цілі [3, с. 210].

Митні брокери відіграють важливу роль у розвитку зовнішньоекономічної діяльності, їх діяльність має бути належними чином організована і врегульована, адже вони є сполучною ланкою між своїм клієнтом та власне митними органами.

Список літератури:

1. Коломоєць О.В. Сучасний стан митної політики та митного права в Україні / О.В. Коломоєць // Бізнес навігатор. – 2014. – №2. – С. 131-136.

2. Митний кодекс України від 13 березня 2012 року №4495-VI [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>

3. Світлак І.І. Організаційно-правові засади провадження посередницької діяльності митного брокера та митного перевізника в Україні: дис. канд. юрид. наук: 12.00.07. – Ірпінь: Національна академія держ. податкової служби України, 2006

ШАПОВАЛ К.В., студент, НТУ «ХП»

ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ КОРПОРАЦИИ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Глобализация, охватившая все страны мира, означает повышение роли ТНК в мирохозяйственных процессах, превращение их в основной структурообразующий фактор мировой экономики [4].

Транснациональные корпорации, являясь основными субъектами, осуществляющими иностранное инвестирование, контролируют более 50%, а по некоторым оценкам около 80% мировой торговли [5].

Сегодня крупнейшие корпорации могут диктовать условия не только своим конкурентам, но и целым государствам – благодаря своему финансовому могуществу и политическому лоббированию на самых высоких уровнях. Доходы этих корпораций превышают объемы ВВП многих стран мира, они создают миллионы рабочих мест в каждом государстве, некоторые из них уже являются государствообразующими с экономической точки зрения. На данный момент экспансия ТНК растет. ТНК проявляют себя в научно-технической, инновационной, экономической и политической сферах деятельности человечества [3].

Ежегодно журнал Forbes публикует рейтинг самых успешных глобальных гигантов (в рейтинге Forbes 2017 топ-3: ICBC (Китай), China Construction Bank (Китай), Berkshire Hathaway (США)), которые задают тон в отраслевой экономике мира [6].

Как отмечается в различной литературе по данной теме основными проблемами корпоративного управления на современном этапе являются: разница в доходах различных групп акционеров, особенности использования двух систем права (собственности и трудового), неэффективность менеджмента, дробление целостности корпорации, неравномерность распространения информации о ее деятельности, потеря корпоративной индивидуальности, виртуализация бизнес-процессов (что не позволяет отслеживать их чистоту), коррупция [1, 2, 5].

Масштабная деятельность ТНК привела к образованию вненациональных рынков капитала, основными операторами которых стали транснациональные банки, владеющие сетью филиалов по всему миру.

Впоследствии основным распределителем финансовых потоков становится фондовый рынок, на котором появляются потоки «горячих» денег в виде краткосрочных кредитов и вложений в ценные бумаги в больших объемах между странами, придавая неустойчивость местным финансовым рынкам и порождая финансовые кризисы [2].

Возникает потребность в «новом» протекционизме: важна не столько поддержка национального производителя против «чужих», сколько содействие тому, чтобы оба достигали желаемой степени локализации.

Гильяно А.А. отмечает, что «новый» протекционизм в отличие от «старого» предполагает иное отношение к внешней экспансии «своих» компаний. Внешняя экспансия хороша не всегда, а лишь в том случае, если она ведет к концентрации в своей стране качественных (например, управленческих, а также связанных с НИОКР) звеньев цепочки создания стоимости и не провоцирует перевод за границу ключевых функций компании [1].

С одной стороны, ТНК – это двигатели экономического и социального прогресса в мире, они как никто другой заинтересованы в росте благосостояния населения, а с другой стороны, они выступают в качестве пользователей трудовых и природных ресурсов, готовых пожертвовать мировыми ценностями ради возрастания прибыли.

Американские экономисты считают, что в качестве основополагающих направлений внешнеэкономической безопасности, целесообразно выделить: повышение конкурентоспособности товаров на внешних рынках; защиту лидирующих позиций страны в высокотехнологичных сферах; сокращение зависимости страны от иностранных займов; укрепление ее возможностей выполнять международные обязательства в торгово-экономической и других областях [5].

Целесообразно было бы создание комитета, занимающегося отслеживанием

работы крупных предприятий на основе анализа пороговых значений их функционирования. Если говорить о проблемах с законодательством, то необходимо направить усилия для его гармонизации.

В настоящее время государство остается эффективным регулятором. Оно представляет собой своеобразный фильтр, который не пропускает инвестиции, не соответствующие национальным целям — экономическим, социальным или политическим.

Список літератури:

1. Гильяно А.А. Транснациональные компании на глобальном рынке и политика «нового» протекционизма/ А.А. Гильяно// Terra Economicus. – 2012.- Т. 10, № 1-3. – С. 228-232.
2. Давиденко И.В. Оценка влияния внутренних корпоративных кризисов глобальных транснациональных компаний на национальную экономическую безопасность/ И.В. Давиденко // Бизнес. Образование. Право. – 2013. – № 4 (25). – С. 272-276.
3. Максименко Я.А. Глобализация как общемировой процесс и место в нем Украины / Я.А. Максименко, Н.О. Сорокина // Вестник Национального технического университета "ХПИ". – Харьков :НТУ "ХПИ", 2012. – № 25 (931). – С. 98-106.
4. Максименко Я.А. ТНК и перспективы их развития в Украине / Я.А. Максименко // Вестник Национального технического университета "ХПИ". Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2006. – № 2 (1). – С. 129-133.
5. Ушанов С.А. Американские транснациональные корпорации и вопросы внешнеэкономической безопасности [Электронный ресурс] / С.А. Ушанов // Науковедение. – Т. 9, №3 (2017). –Режим доступа к журн.: <http://naukovedenie.ru/PDF/05EVN317.pdf>.
6. The World's Biggest Public Companies [Электронный ресурс] // Forbes. –Режим доступа к журн.: <https://www.forbes.com/global2000/list/#header:position>.

REICHLING PETER, doctor of Economics, Professor, Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg, Germany

PERERVA P.G., doctor of Economics, Professor, Wyższa Szkoła Zarządzania Ochroną Pracy (WSZOP), Katowice, Poland

ANTICORRUPTION COMPLIANCE

Corruption, as a multifaceted and versatile phenomenon, has a long history of emergence and development.

In Ukraine, corruption as a multi-level and ubiquitous (financial and socio-economic) phenomenon constantly through the media excites the public. There is reason to believe that the very facts of corruption that are the subject of discussion and numerous discussions of political scientists, sociologists, public figures and politicians are a consequence of the apparent evidence.

But at the same time, the nature of corruption, its causes and consequences, anti-corruption measures, unfortunately, is not explored on a fundamental level and, above all, in the economic and financial-legal sciences. It is necessary to recognize that, given the urgency and relevance of scientific research aimed at understanding the nature and systemic causes of corruption, their absence results in an extremely weak legislative base for a

systemic anti-corruption policy. So far, in the domestic economic, financial and legal, sociological literature, serious scientific developments appear sporadically.

Simultaneously, foreign experience and practice of effective counteraction to economic and financial corruption are extremely poorly studied. An example of this may be compliance practice, quite widespread in the US and EU countries, but causing only spontaneous interest among domestic researchers [1].

Often economists and sociologists in their studies reduce the whole variety of corruption manifestations to bribery. The latter is one of the corrupt acts, but our understanding of corruption, based on the study of theoretical and practical material, is much broader (Fig. 1).

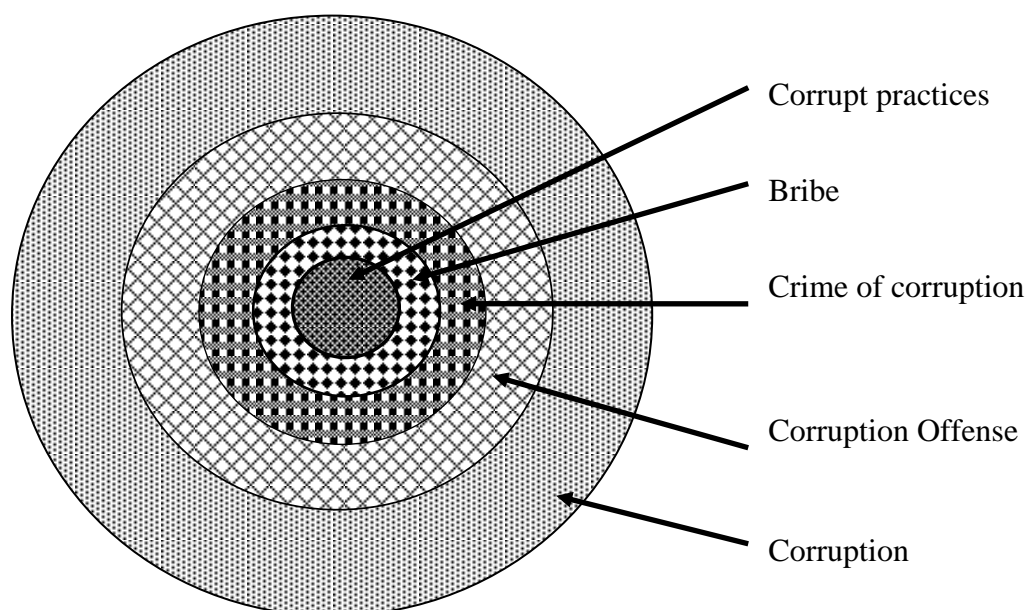


Fig. 1 - Correlation between the concepts of "corruption" and "bribery"

Bribery and corruption are closely interrelated phenomena characterized by one-time or systematic facts of transferring money or gifts to the civil servant or official, or providing him with various services for actions (inaction) that this person has committed, committed, should or may have committed in the interests of the giving bribe [Gribkov]. The concept of "corruption" is broader than the concept of "bribe", because it also includes extortion, the use of official position for personal purposes and it assumes a permanent character. Bribery may be of a single, episodic or systematic nature.

Bribery is the receipt by an official, in person or through an intermediary, of bribes in the form of money, securities, other property or benefits of a property nature for actions (inaction) in favor of the briber or the persons represented by him, if such actions (inaction) are included in the official powers of the official or it by virtue of the official position can facilitate such actions (inaction), as well as for general patronage or connivance in the service, as well as bribing an official in person or through an intermediary.

Bribery is the core of corruption (Fig. 1), is the most dangerous form of corruption and as a particularly negative phenomenon has the following features:

- a bribe is transferred in the absence of eyewitnesses;
- both parties to the crime are interested in its commission, are afraid of responsibility, take measures to conceal the traces of the crime;
- since both parties are criminally liable, they do not extradite each other;
- sometimes a bribe is given for the commission of a lawful act and there is no documentary confirmation of the illegal actions of the official.

Reference:

1. Волошенко А.В. Комплаенс-практика как превентивный метод борьбы с коррупцией [Электронный ресурс] / А.В. Волошенко. - Электрон. текстові дан. // Актуальні проблеми економіки : Науковий економічний журнал. - 2014/2. - № 7. - С. 405-413.
2. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.
3. Косенко О.П. Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій [Монографія] / О.П. Косенко. - Х.: «Смугаста типографія», 2015. - 517 с.
4. Перерва П.Г. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління / П.Г. Перерва, Т.О. Кобелева, В.Л. Товажнянський // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
5. Перерва П.Г. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / П.Г.Перерва, Т.О. Кобелева, Н.П. Ткачова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : зб. наук. праць. Сер. : Проблеми економіки та управління. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 815. – С. 118-125.
6. Перерва П.Г. Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу / П.Г. Перерва, Н.П. Ткачова // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.
7. Науково-методичні підходи до вирішення проблем практичної реалізації механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності / П.Г. Перерва, І.В. Гладенко, А.В. Косенко, М.М. Ткачов // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПІ» : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ «ХПІ», 2008. – № 18. – С. 105-110.
8. Ткачов М.М. Ринок контрафактної продукції в системі неформальної економіки / М.М. Ткачов // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2013. – № 22 (995). – С. 89-95.
9. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>
10. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Г.К. Вороновского, проф. С.А. Меховича, проф. Н.И. Погорелова– Харьков: НТУ «ХПІ», 2009. – 1203 с.
11. Перерва П.Г. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
12. Косенко А.П. Экономическая оценка инновационного потенциала / А.П. Косенко, Д. Коциски, О.И. Маслак, П.Г. Перерва, Д. Сакай. - Монография / Под ред. проф. П.Г. Перервы и проф. Д. Коциски – Харьков-Мишкольц : НТУ „ХПІ”, Мишкольц.техн.ун-т, 2009. – 170 с.
13. Перерва П.Г. Управление ассортиментом продукции / П.Г. Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
14. Перерва П.Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга. - М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. - 93 с.
15. Перерва П.Г. Исследование рынка промышленной продукции / П.Г. Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.
16. Перерва П.Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / П.Г. Перерва, Н.М. Побережна // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - №2. - С. 191-198.

СЕКЦІЯ 10 - ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ, ЯК ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ

БЕЛЕЙ О.І., к.е.н., доцент, Львівський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»

ХМАРНІ СЕРВІСИ ЯК ОСНОВА СУЧАСНОЇ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

На сьогоднішній день хмарні технології є одною великою концепцією, що включає в себе багато різних понять. Найголовнішою функцією хмарних технологій є задоволення потреб користувачів, що потребують віддаленої обробки даних. Звісно, для пересічного користувача домашнього комп'ютера хмарні технології не є чимось таким, без чого неможливо обійтися. Однак для бізнесу хмарні технології мають суттєве значення, адже способів застосування хмарних технологій в бізнесі можна знайти безліч. Розглянемо найбільш вагому перевагу застосування хмарних технологій у бізнесі.

Найчастіше використовуваним хмарним сервісом є зберігання даних та резервне копіювання даних. Такий сервіс потребує створення хмарного сховища даних. Воно являє собою модель онлайн-сховища, в якому дані зберігаються на численних розподілених в мережі серверах, що надаються в користування клієнтам, в основному третьою стороною. На противагу моделі зберігання даних на власних, виділених серверах, придбаних або орендованих спеціально для подібних цілей, кількість або будь-яка внутрішня структура серверів клієнту є не відомою. Дані зберігаються та обробляються в так званій хмарі віртуально, яка представляє собою один великий віртуальний сервер.

Реалізація хмарного сервісу як сховища даних було б неможливим без технології SQL. Сховище даних SQL у хмарі являє собою масштабовану реляційна база даних, що здатна обробляти великі обсяги даних і використовує схему обчислень з масовим паралелізмом (MPP). Серед переваг сховища даних SQL можна виділити: об'єднання можливостей реляційної бази даних SQL Server і можливості розгортання в хмарі; відділяє ресурси сховища від обчислювальних ресурсів; дозволяє збільшувати або зменшувати кількість обчислювальних ресурсів, а також припиняти або відновлювати обчислення; інтегрує з сервісною платформою; використовує засоби SQL Server і Transact-SQL (T-SQL); відповідає існуючим нормативним вимогам і вимогам до забезпечення безпеки бізнес-процесів, наприклад SOC і ISO.

На рис. 1 детально відображено структуру функціонування хмарного сховища даних.

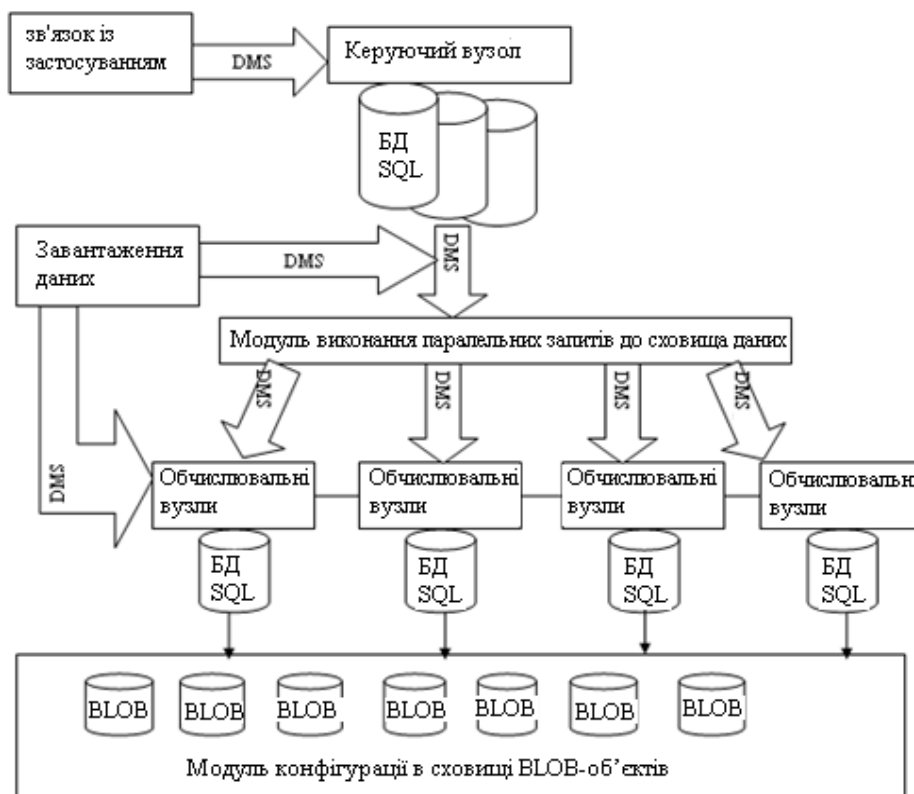


Рис. 1 - Архітектура та сервісні служби хмарного сховища даних

SQL Server Parallel Data Warehouse є дієвою платформою для підтримки великомасштабних сховищ даних в сотні терабайт. Така система дозволяє відносно легко конфігурувати, встановлювати, налаштовувати, управляти і розширювати її. SQL Server PDW дозволяє здійснювати паралельну обробку запитів до багатовимірним моделям атомарних даних для досягнення цілей підходу Кімбола в частині продуктивності, зручності та гнучкості запитів з використанням інформаційних ресурсів підприємства.

КОМЕНЧУК О.В., студент, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

УКРАЇНА У ПРОЦЕСІ МІЖНАРОДНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ОБМІНУ

Швидкі темпи науково-технічного прогресу у другій половині XX століття призвели до зростання в останні десятиліття в світовій економіці тенденцій залучення в товарообіг особливого товару, такого як надбання науково-технічних досягнень. Відкриттям не буде і те, що сьогодні успіху досягає той, хто володіє кращою технологією, але при цьому науково-технічний прогрес у сучасній економіці має одну парадоксальну особливість: більшу частину наукових і дослідно-конструкторських

робіт виконують одні фірми, а їхні найзначніші здобутки використовуються іншими. Тож, виходячи з цього, доцільним буде сприймати міжнародний науково-технологічний обмін (МНТО), як запоруку швидкого розвитку великих компаній у всьому світі. В свою чергу підвищення конкурентоспроможності України неможливе без політики співробітництва вітчизняних підприємств із зарубіжними партнерами в галузі нових знань і технологій.

З підвищенням оснащеності підприємств та вдосконаленням використовуваних технологій відбувається зменшення споживання багатьох видів сировини, а це призводить до часткового усунення проблеми невідновлюваних ресурсів. НТП також зменшує важливість фактору дешевої робочої сили. Гнучкість, динамізм сучасного виробництва, постійна перебудова його технологічних структур вимагає постійного оновлення матеріально-технічної та наукової бази.

Але, на превеликий жаль, Україна в цьому плані переживає далеко не найкращі часи. Економічна та соціальна криза призвели до того, що досить значимий технологічний і науковий потенціал України використовується не сповна. Більш того, слід зазначити, що щорічно наукову сферу залишають 30 тис. вчених і фахівців. При цьому лише 1% промислових підприємств України займаються освоєнням нових технологій.

На початку дев'яностих, після розпаду СРСР Україна мала значний науково-технічний потенціал в галузі ВПК. В Україні досить розвинуті радіоелектронна, ракетно-космічна, авіаційна, танкова, суднобудівна та деякі інші галузі машинобудування. Від СРСР Україна отримала майже третину космічного потенціалу. Ракетно-космічна галузь представлена такими науково-дослідними організаціями та підприємствами машинобудування як:

- Національна Академія Наук України – один із найбільших ракетних заводів світу;
- дніпровський «Південмаш».

Підприємства даної галузі мають високий науково-технічний та експортний потенціал у сфері ракетобудування та приладобудування.

Ще одним пріоритетним напрямком України є танкобудування, виробництво гусеничної техніки та гармат. Конструкторські та виробничі підприємства України зробили значний внесок у проектування та створення гусеничної техніки військового та цивільного призначення.

Великі потенційні можливості має українська суднобудівна промисловість. Суднобудування в Україні представлено багатьма науково-дослідними організаціями та підприємствами, що говорить про те, що Україна може запропонувати виготовлення на своїх суднобудівних заводах вантажних суден та бойових і сторожових кораблів усіх класів, обладнання та комплектація суден, судових силових установок.

Таким чином, в умовах сучасної технічної глобалізації, неймовірно важливим

стає розуміння МНТО як запоруки успішного розвитку великих компаній в Україні. У вітчизняній економіці він має виконувати важливі завдання: не допускати імпорту в країну застарілих технологій та допомагати впровадженню сучасних високоефективних технологій.

ЛОКТІОНОВА О.С., студент, НТУ «ХП»

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Циклічність в розвитку економічних систем зобов'язує менеджмент банків адекватно реагувати на зміни економічної кон'юнктури для забезпечення стійкості кожного банківської установи окремо і банківської системи в цілому. Алгоритми розрахунків показників фінансового стану банку досить громіздкі і не завжди очевидні, тому підсумкові дані не можуть в повній мірі і наочно характеризувати фінансову стійкість кредитної організації. Нівелювати ці недоліки і збільшити швидкість реакції на зміни зовнішнього середовища, що визначає успіх в управлінні, дозволяє математичне моделювання діяльності банку.

Математичне моделювання в сфері банківської діяльності практично не піддається науковій формалізації процесом. Спроби виділити загальні принципи створення математичних моделей, до яких вдавалися неодноразово, приводили або до декларування агрегованих рекомендацій досить загального характеру, які важко використовувати на практиці, або, навпаки, до появи результатів, які можна застосувати в дійсності тільки до досить вузького кола специфічних завдань.

В даний час широке поширення в області моделювання кредитної організації отримав метод нейронних мереж. Дана технологія характеризується здатністю до моделювання нелінійних процесів, роботи з зашумленими даними і високу адаптивність. Принципова відмінність штучних нейромереж від звичайних програмних систем, зокрема експертних, полягає в тому, що вони не вимагають програмування, налаштовуються самі. Найбільш цінна властивість нейронних мереж полягає в їх здатності навчатися на безлічі прикладів в тих випадках, коли не відомі закономірності розвитку ситуації і які б то не було залежності між вхідними та вихідними даними, що особливо важливо при моделюванні в банківській сфері. Таким чином, нейронні мережі здатні успішно вирішувати завдання, спираючись на неповну, викривлену, зашумлену і внутрішньо суперечливу вхідну інформацію.

Але в той же час, спроби моделювання банківської діяльності за допомогою нейронних мереж вимагають великої кількості даних і характеризуються труднощами побудови самих мереж. Динаміку в цьому випадку ви зможете бачити безліччю показників. Це звужує можливості аналізу і прогнозування. Суперечливість

формулювання в таких завданнях є ознакою неповноти опису розпізнання об'єкта, а, в свою чергу, збільшення вхідних параметрів (розміру) призводить до неминучого ускладнення і так досить непрості мережі. Але найбільш важка частина створення і застосування нейронних мереж - частий збір даних і складність їх забезпечення. При цьому не можна не враховувати помилки самих мереж і алгоритмів, а також необхідність в наявності глибоких знань в області нейромережевого програмування і крайню обмеженість дидактичного матеріалу з даної тематики в іноземній літературі і, тим більше, російською мовою.

Хотілося б відзначити, що основним стрижнем моделювання банківської діяльності є формування розумних альтернатив його розвитку. При цьому слід виходити з того, що, по-перше, банк - це фірма, діяльність якої пов'язана з підвищеними ризиками, що функціонує в умовах невизначеності. По-друге, банк - це установа, що прагне до підвищення своєї прибутковості. Таким чином, всі відомі моделі діяльності банків не описують в повній мірі об'єкт моделювання. Побудова максимально повної за типами операцій, виконуваних функцій, моделі, - основне завдання математичного моделювання діяльності банку.

СТРОКОВ Є.М., к.е.н., доцент, НТУ «ХПІ»

ТРЕНДИ ІТ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

У сучасній ресторанній індустрії кожного дня з'являються нові додатки й сервіси, спрямовані на поліпшення якості обслуговування. Ресторани постійно пропонують альтернативні сервіси для замовлення, оплати й бронювання.

Останнім часом багато з нових технологій зробили справжній фурор на ринку – але як визначити, які з них залишаться популярними, які подальші тенденції розвитку індустрії, а які напрямки згодом зійдуть на нівець?

Останнім часом розробники та ресторатори концентрують основні зусилля на чотирьох напрямках:

- сервіси бронювання;
- сервіси оплати;
- сервіси доставки їжі й ресторани вдома;
- автоматизація ресторанного господарства.

Сервіси, що змінюють звичну процедуру бронювання є самими спірними й у той же час самими популярними. Класичний процес бронювання полягає в тому, що сервіси для оплати бронювання заздалегідь бронюють столики в самих елітних та «важкодоступних» ресторанах, а потім продають бронь користувачам. Ціни за столик, звичайно, стартують з 20 доларів, але можуть змінюватися залежно від попиту (подібно моделі ціноутворення Uber).

У цьому випадку ресторани не одержують ніяких додаткових доходів від операції. Тому, крім традиційної процедури бронювання столиків, з'являються сервіси, наприклад, Tock, які продають «квитки» у ресторан, за аналогією із квитками в театр.

Завдяки даній послугі клієнти зможуть заздалегідь оплатити все, що буде входити в їх замовлення. Тобто клієнт вибирає дату, час і меню, а потім оплачує замовлення. Сервіси обмежують можливість перепродажу бронювання й дозволяють звести до мінімуму ситуації, коли клієнти бронюють столик, а потім не приходять, у результаті чого ресторан зазнає збитків.

У перспективі сервіси бронювання продовжать поліпшувати свої додатки й зосередяться на залученні до співробітництва ресторанів на взаємовигідних умовах. У той же час, можна припустити, що усе більше ресторанів будуть впроваджувати систему продажу «квитків» замість простої броні, за прикладом Alinea у Чикаго й Lazy Bear у Сан-Франциско.

На другому по популярності місці перебувають мобільні платіжні додатки, якими активно користуються як ресторани, так і їх відвідувачі. Усе більше клієнтів воліють розплачуватися через мобільні додатки, відповідно, усе більше закладів приймають мобільні платежі.

Однак, впровадження таких технологій пов'язане з певними труднощами, оскільки заклади використовують різні системи автоматизації, термінали й підключені до різних платіжних операторів.

Крім того, впровадження й використання цих сервісів вимагає певного часу на підготовку й навчання персоналу. А це значить, що ресторанам потрібно вибрати правильну систему, щоб створити максимально комфортні умови як для персоналу, так і для відвідувачів.

Сьогодні більш 300 ресторанів у Нью-Йорку, Сан-Франциско й Лос-Анджелесі приймають оплату через Cover. Ключовою функцією Cover є можливість оплатити рахунок без офіціанта. Достатньо просто зареєструватися в ресторані через додаток і повідомити офіціанта про оплату через Cover. Таким чином, залишаючи ресторан, клієнти вже не повинні просити рахунок. Крім того, додаток працює з будь-якими системами терміналів.

Також більш 5000 закладів у США пропонують оплачувати замовлення через додаток Tabbedout. Ключовою особливістю цього додатка є можливість поділу рахунку, що дозволяє клієнтам заплатити конкретну суму грошей або відсоток від загальної суми, а не ділити рахунок нарівно.

Подібним чином працює й платіжна система Pay with Opentable, яка вбудована в додаток Open Table. На даний момент Pay with Opentable можуть використовувати тільки ті ресторани, у яких встановлено ПЗ Opentable, але компанія працює над можливістю інтеграцією сервісу зі сторонніми системами. Завдяки цьому додатку персонал може відслідковувати оплату замовлень прямо на екрані.

Ще один сервіс – Levelup – дозволяє гостям оплатити рахунок просто відсканувавши Qr-код або ввівши облікові дані. За допомогою Levelup ресторани можуть не тільки приймати оплату, але й відслідковувати хід своїх маркетингових кампаній.

Варто також відзначити додаток Apple Pay, який встановлено в кожному iPhone. З його допомогою ви можете оплатити своє замовлення за технологією NFC або через додатки, що використовують Touch ID.

У перспективі розрахунки за допомогою телефону стануть повноцінною альтернативою оплаті готівкою або платіжною картою.

Основні зусилля розробників, надалі, будуть зосереджені на поділі чеків. Зараз більшість додатків дозволяє розділити загальну суму на частки в грошових одиницях або у відсотках, правда поки ще лише на рівні, а не довільні частини. У перспективі багато додатків зможуть запропонувати більш гнучкі умови поділу рахунку.

Багато ресторанів встановлюють на столах планшети, які дозволяють клієнтам не тільки оформити замовлення, але й розважитися. Міжнародна мережа ресторанів Dominos встановила голосову підтримку, і тепер відвідувач може озвучити своє замовлення додатку. Деякі заклади дозволяють зробити замовлення через Twitter.

У перспективі технологія взаємодії з відвідувачами одержить подальше поширення. Завдяки експериментам ресторанів із планшетами й смартфонами клієнти можуть самостійно відправити своє замовлення на кухню, що дозволить уникнути помилок персоналу. Сьогодні кожна дитина вміє користуватися iPad, так що в еру цифрових технологій оформлення замовлень через сенсорний екран стане нормою.

Ще однією цікавою тенденцією стали «ресторани вдома». Вже зараз доступна безліч сервісів, які пропонують доставку з ресторанів різного рівня – від демократичних до елітних. І такий стан речей вже вважається нормою.

Набирає популярність приготування ресторанних блюд вдома. І для тих, кого приваблює цей вид дозвілля розробляються сервіси, які доставляють додому всі необхідні інгредієнти ресторанних блюд.

Більше того, такі стартапи, як Kitchensurfing і Kitchit, влаштовують ресторан прямо вдома у клієнта, надавши шеф-кухаря, необхідні інгредієнти для готування блюда й засоби для зприбирання на кухні.

На даний момент ці сервіси ще недостатньо розвинені. Однак той факт, що споживачі активно їх використовують і поступово звикають харчуватися ресторанною їжею за межами ресторанів, говорить про великий потенціал цього напрямку.

І, ключовий напрямок – системи автоматизації ресторану. Саме вони дозволяють власникам закладів розв'язати цілий ряд завдань: контроль співробітників, полегшення бухгалтерського обліку, збільшення швидкості обслуговування клієнтів.

Сьогодні усі системи автоматизації можна розділити на два типи: автономні й

хмарні. Кожний з них має свої мінуси: автономні системи не захищають від обману власника співробітниками, а хмарні залежать від наявності доступу до інтернету й не дають великої гнучкості в роботі.

Існують і гібридні варіанти системи автоматизації. Локальний модуль встановлюється в ресторані, а потім дані синхронізуються й завантажуються на сервери.

Усі системи управління є модульними й включають модулі для менеджерів залу, офіціантів, кухарів, бухгалтерів. Наприклад, коли офіціант приймає замовлення, система відразу виводить список блюд на екран кухареві, а коли блюдо буде готове – офіціант одержує повідомлення на телефон або планшет. Система Jowi, наприклад, вміє в режимі реального часу вимірювати собівартість порції залежно від зміни цін на продукти й, аналізуючи прибуткові накладні, розраховувати коефіцієнт націнки й кінцеву ціну блюда.

Надалі системи автоматизації ресторанного бізнесу будуть розвиватися в напрямку розв'язання зв'язаних завдань, у тому числі: бронювання столиків, збору відгуків відвідувачів, додаткового контролю функціонування ресторану, наприклад, швидкості реагування на натискання кнопки виклику офіціанта.

ГУЦАН О.М., к.е.н., доц., НТУ «ХПІ»

НАРАДИ ТА СБОРИ – ОСНОВА ДІЯЛЬНОСТІ ТА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА

Розвиток сучасних вітчизняних підприємств є досить стрімким та динамічним. Це викликане тим, що на діяльність підприємства впливають достатньо вила кількість динамічних факторів: як зовнішніх так і внутрішніх. У зв'язку з цим робота керівника постійно ускладнюється та потребує більше сил щодо аналізу ситуації, знаходження шляхів виходу з проблемних ситуацій, отримання та доведення до відома підлеглих різного роду інформації. Однією з ключових форм роботи керівника, в цьому аспекті, є проведення різного роду нарад та зборів.

Отже, щоб глибше розуміти складність управлінської діяльності необхідно визначити певні відмінності між нарадою та сборами [1, 2]. Нарада - це форма управлінської діяльності, змістом якої є. спільна робота певної кількості учасників управлінського процесу. Вона дає змогу керівнику впливати через її учасників на весь колектив підприємства. Засідання - це форма організації роботи постійно діючого органу (комітету, колегії, ради, комісії, групи). Збори - це спільна присутність у певному місці людей, об'єднаних конкретною метою (збори працівників підприємства, підрозділу, членів товариства та ін.).

В діяльності керівника може існувати велика кількість видів нарад [1]:

- за цілями: навчальні; роз'яснювальні; проблемні; координаційні; інформаційні.
- за способом проведення: диктаторські; автократичні (авторитарні); сегрегативні; дискусійні; довільні.
- за ступенем підготовленості: заплановані; позапланові
- за періодичністю: разові; регулярні; періодичні.
- за кількістю учасників: наради з вузьким складом учасників (до 5 чоловік); розширені (до 20 чоловік); представницькі (понад 20 чоловік).
- за складом учасників: з постійним складом учасників; з непостійним складом учасників; зі змішаним складом учасників; наради зі складом, регламентованим нормативним актом.

Також, в останній час, все більше стали застосовуватися і сучасні види (підходи) до організації нарадчої діяльності на підприємстві [1, 2]. Серед них можливо виокремити наступні:

- інструктивна нарада. Мета - передавання її учасникам вказівок і розпоряджень, роз'яснення і деталізація їх щодо конкретних умов роботи, встановлення методів і строків виконання вказівок, визначення завдань підрозділів і виконавців.
- нарада методом "мозкової атаки". Це найбільш відомий і поширений метод. За його допомогою дістають кількісні оцінки і дані за умови чіткого формулювання проблеми. Особливості методу полягають у тому, що він дає змогу мобілізувати учасників наради, зосередити їхню увагу на розв'язанні одного завдання, виробити рішення, яке б задовольняло усіх учасників. У такій нараді беруть участь не більш як 10-12 осіб.
- "нарада без наради" проводиться в три етапи: 1) керівник формулює у письмовому вигляді проблему, яка вимагає колективного рішення; 2) підбираються необхідні дані і вихідні матеріали для рішення проблеми, а також складається список осіб, які можуть взяти участь у пошуку оптимальних рішень їм висилають бланки з письмовим формулюванням проблеми і вказівкою місцезнаходження матеріалів для її можливого рішення; 3) кожен з учасників повинен виробити свою точку зору і письмово викласти її на тому ж бланку.
- телеконференції. Поєднання можливостей телефону, телебачення та обчислювальної техніки дало змогу створити новий тип комунікацій, що набув значного поширення - телеконференції. Телеконференція дає змогу її учасникам, не збираючись в одному залі і не відриваючись від своїх робочих місць, спілкуватися. При цьому учасники конференції можуть бачити і слухати один одного, обговорювати поставлені згідно з порядком денним запитання, дискутувати. Прикладами програмних продуктів які використовують спектр телекомунікаційних можливостей у вітчизняному телекомунікаційному просторі є: Skype, Viber, Telegram, Duo та багато інших.

Як бачимо, діяльність сучасного менеджера є досить різноплановою та складною. І дорадча діяльність сучасного керівника – не є виключенням. Отже, знання видів нарад допоможе сучасному управлінцю більш якісно організувати власний час, прислуховуватися до думки підлеглих та доводити більш якісно до них управлінські рішення, виділити більший час на розвиток та мотивацію як підлеглого персоналу так і особистості керівника. Окремі питання мотивації та мотиваційні аспекти розвитку персоналу розглядались в [3-7].

Також, особливу увагу більшості керівників сучасних промислових підприємств слід приділити можливості застосування сучасних підходів до проведення нарад. Оскільки сам їх застосування дозволить зменшити втрачену продуктивність персоналу, знизити додаткові витрати та дозволить більш ефективно розпоряджатися ресурсами.

Список літератури:

1. Скібіцька Л.І. Організація праці менеджера. Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 360 с
2. Виноградський М.Д. Організація праці менеджера. Навчальний посібник / М.Д. Виноградський О.М. Шканова - К.: "Кондор", 2002.- 518 с.
3. Гуцан А.Н. Оценка эластичности мотивационных мероприятий на промышленном предприятии [Електронний ресурс] / П.Г. Перерва, А.Н. Гуцан // Економіка : реалії часу. – Одеса : ОНПУ, 2013. – № 4 (9). – С. 37–48. – Режим доступу до журн.: <http://www.economics.opu.ua/2013/n4.html>.
4. Гуцан О.М. Дослідження сутності мотиваційних теорій: сучасні, теорії атрибуції та поля. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2017. - №24 (1246). – 160 с., С. 26-30
5. Гуцан О.М. Мотиваційний механізм формування компетенцій працівника / О.М. Гуцан // Бізнес Інформ. – Харків : ХНЕУ, 2013. – № 11. – С. 240–245
6. Кучинський В.А., Лисенко С.О. Сучасні підходи до мотивації персоналу на підприємстві С. 196. – Режим доступу до журн.: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/27885/1/MicroCAD_2016_Kuchynskiy_Suchasni_pidkhody.pdf
7. Кучинський В.А. Застосування соціально-психологічних методів в управлінні персоналом для підвищення ефективності трудових процесів С. 30-32. – Режим доступу до журн.: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/27831/1/Kuchynskiy_Zastosuvannia_sotsialno_2016.pdf

ШАПОВАЛОВА Я.В., студент, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

БОКОВЕЦЬ В.В., д.е.н., професор, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО РЕЖИМУ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Режим роботи підприємства визначається видом технологічних операцій, що передбачені технологією виробництва заповнювача, і характеризується кількістю робочих днів за рік, кількістю змін на добу, тривалістю змін в годинах [1].

Під оптимальним режимом праці і відпочинку слід розуміти таке чергування періодів праці і відпочинку, при якому досягається найбільша ефективність трудової діяльності людини і хороший стан її здоров'я. Оптимальний режим праці і відпочинку

досягається: паузами та перервами в роботі (для прийому їжі, обігрівання, охолодження), зміною форми роботи (наприклад, розумової і фізичної), зміною умов довкілля (наприклад, роботою при низьких і нормальних температурах), усуненням монотонності в роботі, відпочинком в спеціальних кімнатах психологічного розвантаження і відпочинку, використанням психічного впливу музики.

Чергування праці і відпочинку встановлюють в залежності від зміни працездатності людини на протязі робочого дня. На початку зміни завжди має місце стадія «впрацьовування» або наростаючої працездатності, коли відбувається відновлення робочих навичок. Тривалість цього періоду 0,5...1,5 години в залежності від характеру праці і тривалості попередньої перерви в роботі. Швидкість і точність дій у цей період невеликі. Потім настає стадія високої стійкої працездатності тривалістю до 3 годин в залежності від характеру роботи, ступеню підготовки та стану працівника. Після цього настає стадія зменшення працездатності або стадія розвитку втоми, рухи уповільнюються і увага розсіюється, сприйняття притупляється. В цей час, звичайно, роблять обідню перерву.

Після обідньої перерви впрацьовування настає швидко - за 10... 15 хвилин, бо робочі навички не втрачені. Працездатність у другій половині дня дещо нижча, ніж до обіду, і становить 80...90% дообіднього рівня. Через 2,5...3 години після обідньої перерви працездатність зменшується і в кінці робочого дня приблизно сягає рівня, який був на початку робочого дня.

Для зменшення стомлення встановлюють регламентовані перерви в роботі у періоди, що передують зменшенню працездатності. Так, при важкій фізичній праці рекомендують часті (через 2...2,5 години) короткі перерви (по 5...10 хвилин), а при розумовій праці ефективні довгі перерви на відпочинок і переключення на фізичну роботу. Загальна тривалість відпочинку встановлюється у відсотках до тривалості робочої заміни: при фізичній роботі вона має становити 4...20%, при роботі із нервовою напругою - 14...25%, а при розумовій праці - до 10...12% [2].

Список літератури:

1. Режим роботи підприємства [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5728335/page:3/>
2. Вибір оптимального режиму роботи і відпочинку [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5993272/page:14/>

ГУМЕННА Т.В., студент, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

БОКОВЕЦЬ В.В., д.е.н., професор, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ОСНОВНІ ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОХОРОНИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Забезпечення безпечних умов і охорони праці на сучасному етапі розвитку

України має велике значення. Це викликано кризовим станом сфери охорони праці в установах, організаціях, на підприємствах: обладнання, яке виступає основою виробництва продукції є морально застарілим, що не відповідає нормам безпеки. Незважаючи на це, стаття 3 Конституції України встановлює, що людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканість і безпека визначаються в Україні найвищою цінністю. Права і свободи людини та їхні гарантії визначають зміст і спрямованість держави. Держава відповідає перед людиною за свою діяльність. Утвердження і забезпечення прав і свободи людини є головним обов'язком держави [1].

Сучасний стан охорони праці в Україні можна охарактеризувати як такий, що викликає серйозне занепокоєння. Згідно з даними Державної служби з питань праці за 9 місяців 2017 року було виявлено 3135 випадків травматизму, з яких 257 смертельних. Статистика є досить сумною, тому створення безпечних умов праці є невід'ємною частиною соціально-економічного розвитку держави, національної безпеки.

Згадану тему досліджує чимало вітчизняних та зарубіжних вчених: Н.Л. Потапова, М.П. Яблокова, Л.А. Семашко, Ш.К. Вахітова, В.С.Венедіктова, М.І. Іншина та ін.

Особливості організації охорони праці на підприємстві відіграють важливу роль. Простої та зниження ефективності праці, викликані аваріями, нещасними випадками на виробництві, професійними захворюваннями, не тільки уповільнюють виробничі процеси, а й стають причиною високих додаткових витрат для підприємства. Крім того, ці явища значною мірою негативно впливають на безпеку виробництва, якість продукції та ставлення до роботи працюючих [2].

Охорону праці, як правило, розглядають як систему забезпечення безпеки життя та здоров'я працівників у процесі трудової діяльності. Вона включає комплекс правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, реабілітаційних, санітарно-гігієнічних, лікувально-профілактичних й інших заходів, спрямованих на забезпечення безпечних умов праці [3. с. 280]. Тому для зниження нещасних випадків на виробництві, професійних захворювань та отруєнь, пропонуємо розглянути основні шляхи вдосконалення охорони праці на підприємстві.

На мою думку, першим напрямком системи вдосконалення охорони праці має бути запровадження механізму економічної зацікавленості, саме роботодавця, у створенні таких безпечних умов праці, за яких рівень виробничого травматизму буде мінімальним. Це можливо виконати за рахунок збільшення штрафних санкцій за невідповідність умов праці вимогам законодавства. Таким чином, роботодавець буде зацікавленим у майбутньому створити безпечні умови праці, адже дешевше буде запобігти аварії, ніж ліквідувати її наслідки.

Для удосконалення охорони праці на підприємстві доцільним буде поліпшення контролю за виконанням вимог та інструкцій з техніки безпеки, організація робочих місць, укомплектування їх технологічною відміткою, усунення в обладнанні конструктивних недоліків, наслідки яких можуть призвести до травм, проведення

перевірки знань техніки безпеки персоналу, здійснення контролю за виконанням графіків планово-попереджувального ремонту обладнання, проведення навчання з охорони праці та техніки безпеки з робітниками.

Заслуговує на увагу досвід промислово-розвинутих країн щодо запровадження солідарної відповідальності страхового фонду і роботодавця, шляхом введення податку на травми. Кошти з фонду можуть використовуватись для виплат працівникам, для симулювання їх до ефективної праці. Саме на принципі стимулювання можна виокремити два способи зниження травматизму на виробництві:

- стимулювання працівників, щоб вони уникали травм (роботодавцям слід подбати про належну мотивацію працівників до безпечної праці). Так як не лише роботодавці, але і працівники повинні усвідомлювати, що і вони несуть відповідальність за виробничий травматизм, тому знання з безпеки і охорони праці їм необхідні для уникнення травм;

- стимулювання підприємств шляхом встановлення знижок і надбавок до страхових тарифів з метою мінімізації професійних ризиків [4 с. 62].

Отже, реалії життя показують, що охорона праці та безпечні умови праці в Україні в 5-8 разів нижчі, ніж в країнах Європи. Це зумовлено застосуванням застарілих технологій, зношеністю технологічного обладнання, поліпшення умов праці працюючих можливо тільки при здійсненні їх реконструкції і застосування нових, орієнтованих на працівника засобів праці. Тому для зниження виробничого травматизму на підприємствах слід вдосконалювати систему охорони праці, а саме: поліпшення контролю за виконанням вимог та інструкцій з техніки безпеки; поліпшення організації робочих місць, укомплектування їх технологічною відміткою; приділення особливої уваги і проведення навчання з охорони праці та техніки безпеки з робітниками; проведення перевірки знань техніки безпеки персоналу, здійснення контролю за виконанням графіків планово-попереджувального ремонту обладнання, стимулювання роботодавців та працівників з метою зменшення рівня нещасних випадків, професійних захворювань та отруєнь на виробництві.

Список літератури:

1. Конституція України від 28.06.1996 №254к/96 – ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1996. №30. – с. 141.
2. Шляхи вдосконалення управління охороною праці (СУОП) [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://khersonci.com.ua/public/8038-shlyakhi-vdoskonalennya-upravlinnya-okhoronoyu-pratsi-suop.html>.
3. Сорочинська О. Вдосконалення системи охорони праці на підприємстві / О. Сорочинська // Збірник наукових праць ДЕГУТ. Серія «Транспортні системи і технології». – 2012. – с. 273-281.
4. Улітіна М.Ю. Коржик Б.М. Перспективи вдосконалення державного регулювання безпеки й охорони праці на підприємствах України / М.Ю. Улітіна, Б.М. Коржик // Вісник ХНТУСГ. – Випуск 124. – Том 2. – с. 57-64.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1 - ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТА ПЕРСОНАЛОМ	
Savchenko Olga, Turan Ugur. Conceptual foundations of the sustainable development theory	3
Ещенко А.О. Реинжиниринг – новое направление деятельности консалтинговых фирм	4
Артеменко М.Б. Тайм-менеджмент як один із елементів підвищення ефективності управління організацією	6
Андренко К. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності підприємства	8
Багмут І.О., Борзенко В.І. Дослідження підходів до розробки збутової діяльності підприємства	9
Верютіна В.Ю., Побережна К.В. Мережевізація та кластери економіки на прикладі коксохімічних підприємств	11
Воронцова І.В. Використання аутсорсингу і аутстафінгу в підборі персоналу	12
Гармаш С.В. Непотизм як руйнівна сила не тільки для особистості, а й для держави в цілому	14
Коровіна О.В., Горловський Д.Р. Теоретичний аналіз понять «результативність» і «ефективність»	15
Жадан Ю.В. Формування системи показників для оцінки ризиків підприємств олійно-жирової галузі	16
Глік Л.М. Проблеми забезпечення фінансово-економічної безпеки будівельних підприємств	18
Колотюк О.І. Комплексне автоматизоване управління товарними запасами на підприємствах по ремонту побутової техніки	21
Черепанова В.О., Михайлова М.О. Управлінське консультування – засіб розвитку малого та середнього бізнесу в Україні	22
Макаров О.О. Підвищення ефективності управління підприємствами та персоналом	24
Муратова С.А. Методи мотивації персоналу на підприємстві	26
Новікова Ю.Г. Мотивація персоналу на підприємстві	28
Передрій А.Е.Ю. Лізинг персоналу	29
Подрез О.І. Шляхи до сталого розвитку коксохімічних підприємств	30
Моргай Л.В., Рідкозубова А.В. Креативність – шлях до успіху в підприємництві	32
Роганова Г.О., Ковалевська Є.О. Бізнес-планування у системі управління страховою компанією	33
Сікстіна Н.Г. Методика моделювання економічної ефективності машинобудівного підприємства	35
Рудь І.Ю., Новицька Н.О. Офшори як захист активів	37
Сорокотяга М.І. Конкурентоспроможність як маркетинговий показник	38
Сніцаренко О.М. Інтернет-рекрутинг: тенденції, переваги та недоліки	39

Тимофеева Е.А. Проблемы эффективного использования энергетических ресурсов в промышленном комплексе Украины	41
Усачова К.Д. Особливості мотивації колективів	43
Григоровський П.Є., Халіна В.Ю. Підходи до визначення продуктивності робіт для різних варіантів організації та технології робіт, засобів та методів вимірювань	45
Цовма Т.С. Управління прибутком на підприємстві	49
Базиліук В.Б., Хрептік А.В. Вплив інституту власності на розвиток видавничо-поліграфічної діяльності	51
Малахова О.С., Цівата А.О. Аналіз трудових ресурсів підприємства: мета та основні етапи	52
Kocziszký Gyorgy, Veres Somosi Mariann, Kobielieva T.O. Compliance risk in the enterprise	54
Mokh J. Case of efqm model of quality management	57
СЕКЦІЯ 2 - МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ТА ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІ	
Василіук К.О. Реклама як маркетинговий інструмент в системі продаж. особливості формування рекламного бюджету підприємства	59
Геращенко І.О., Щербак Н.В., Савчук Г.О. Роль маркетингових інновацій на підприємстві	61
Дяченко Т.А., Алеко О.О. Конкуренція на ринку роздрібно́ї торгівлі лікарськими засобами	63
Дудкіна О.О., Мерчанський В.В. Питання маркетингу збутової діяльності на підприємстві	64
Здорик А.Р. Особливості просування продукції хімічної промисловості на ринок B2B	66
Літвиненко О.О., Літвиненко М.В. Практичне застосування стратегічного аналізу для адаптації діяльності підприємства до умов зовнішнього середовища	67
Данько Т.В., Кітченко А. Використання міжнародного маркетингу як інструменту просування інформаційних інтернет-ресурсів	69
СЕКЦІЯ 3 - АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ В ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	
Альошин С.Ю. Аналіз законодавчих новацій щодо бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні	71
Афанасьєва М.А. Аналіз публічної звітності промислових підприємств як напрямок контролю сталого розвитку	72
Блажко О.О. Стратегічний економічний аналіз: переваги та недоліки	74
Бондаренко О.М. Організація діяльності коворкінг-центру	76
Гайдей О.В., Ковальчук С.П. Значення економічного аналізу в інформаційному забезпеченні функціонування сучасного підприємства	78
Коваль М.С. Сучасні проблеми розвитку та перспективи економічного аналізу в управлінні	80
Назаренко О.В., Козлова Ю.Ю. Проблеми вдосконалення податкової системи	82

Колесніченко А.С. Організаційні і технологічні складові процесу надання готельних послуг	83
Несен О.В. Облік основних засобів за МСБО 16 та П(С)БО 7: порівняльний аналіз	85
Семенов С.М. Перспективи розвитку аналітичного обліку товарних операцій	88
Ніколов О.П. Проблеми та перспективи розвитку аудиту	91
Семенюк І.О. Економічна сутність та класифікація інтелектуального капіталу	94
Сиро'мятникова О.В., Мартим'янова Ю.О. Фінансова стійкість торговельного підприємства як запорука його сталого розвитку	97
Сиро'мятникова О.В., Федорченко Г.В. Необоротні активи підприємства: ефективність їх формування та використання	98
Сиро'мятникова О.В., Хухрянська В.В. Формування та використання прибутку в сучасних умовах господарювання	100
Ткачук М.В. Комплексний економічний аналіз: сутність та складові	101
Сиро'мятникова О.В., Щиковська В.І. Особливості визначення фінансових результатів сільськогосподарських підприємств	103
Архипова К.С., Чижик А.К. Нормативне регулювання організації обліку фінансових результатів діяльності підприємства	104
Фальченко О.О., Петрик Л.О. Організація обліку фінансових результатів	106
Цірук К.А. Визначення доходів за П(С)БО 15 та МСБО 18: порівняльна характеристика	107
СЕКЦІЯ 4 - ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ	
Гринь А.В. Инновационная деятельность. понятие и сущность эффективности в инновационной деятельности	111
Гросуль А. Підвищення інвестиційної привабливості підприємства в сучасних умовах	112
Кучинський В.А. Складові інноваційного розвитку сучасних підприємств	113
Кисіль С.С. Інноваційні засади конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств	115
Плескач В.Г. Сучасні тенденції розвитку інвестиційних процесів в Україні	117
Петріна О.О. Аутсорсинг як інноваційний підхід до розвитку бізнесу в Україні	118
Погорелова Т.О. Інноваційний розвиток промислових підприємств України: проблеми та шляхи їх вирішення	120
Романчик А.В., Романчик Т.В. Оптимізація банківської діяльності за допомогою математичного програмування	122
Сікора К.В. Управління маркетингом інновацій	123
Собакинських Р.Ю., Темченко О.А. Вплив інвестиційних процесів на екологічну ситуацію Криворізького регіону	125

Крамської Д. Ю., Луценко К.О., Харченко О.В. Формування та моніторинг інноваційної політики підприємства	127
Глізнуца М.Ю. Місце інноваційного потенціалу у розвитку національної економіки	129
Гуцан Т.Г., Алексик Ю.І. Світова практика розвитку та використання зеленої енергетики	130
СЕКЦІЯ 5 - ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРАВОВА ОХОРОНА ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	
Кармінська-Белоброва М.В. Деякі питання державного регулювання в сфері охорони інтелектуальної власності в Україні	134
Пилипенко А.А., Соловійова О.В. Здійснення захисту прав інтелектуальної власності при переміщенні через митний кордон	135
Чорноконь С.М., Боковець В.В. Проблема виробничого травматизму в Україні	137
Шуба І.В. Питання управління інтелектуальною власністю стартапів	139
СЕКЦІЯ 6 - УПРАВЛІНСЬКІ ТА ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ: ПРОДУКЦІЯ, ПІДПРИЄМСТВО, ДЕРЖАВА	
Максименко Я.А., Анічкіна І.О., Патлань К.В. Проблеми стабільності валютного курсу в Україні	141
Видря П.В. Развитие конкуренции в Украине	143
Єременко Є.С. Маркетинг: визначення, поняття, сутність, функції	145
Баланда В.В., Чмельова О.С. Кредитування малого бізнесу з метою оздоровлення економічного клімату в регіонах України	146
Колядюк А.А., Колотюк Ю.С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства	148
Базиліук В.Б., Куртяк І.Б. Підвищення конкурентоспроможності поліграфічних підприємств на основі стратегічного позиціонування	149
Максименко Я.А., Щербак Н.В., Савчук Г.О. Формування конкурентних переваг транснаціональних компаній в умовах глобалізації	151
Михальчук О.В., Лучкін Є.О. Управління підприємством в умовах кризи	154
Пантелєєв М.С., Шматько Н.М., Стариковський С.В. Стратегічний контекст у діяльності підприємства	155
Поляк Р.Ю., Лояніч Г.С. Проблеми якості української молочної продукції	157
Полякова А.І. Особливості формування асортименту наукомісткої продукції	158
Сакун Т.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства	159
Стець Н.В. Фінансові аспекти конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва: чинники зростання	161
Халімон Т.М. Маркетингове забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства	164
Sikorska Malgorzata, Pererva P.G. Counterfeiting on the ukrainian market	165

СЕКЦІЯ 7 - СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ ТА КОМУНІКАЦІЇ НА РІВНІ ДЕРЖАВИ І ПІДПРИЄМСТВА	
Демьохіна О.О., Надрага В.В. Розвиток альтернативної енергетики в Україні і світі	168
Горшкова О.О., Галкова А.В. Міграція в Україні	169
Кобилін П.О. Аналіз задоволення потреб населення у торговельній мережі та закладах ресторанного господарства Харківської області	171
Лисак Л.Р., Жук І.І. Проблеми бюджетного планування та прогнозування на місцевому рівні	174
Ярмоленко Ю.О. Основні соціально-економічні передумови розвитку аграрного виробництва України	176
Луньова А.В. Витоки становлення та розвитку соціального страхування в системі соціального захисту населення	179
Максименко Я.А., Митрофанова Д.О. Міжнародний рух капіталу як чинник успішної інтеграції України у світове господарство	183
Покормяк А.С., Ушенко Н.В. Вплив міжнародної міграції робочої сили на економіку країни	185
Юрьева И.А., Брунджадзе А., Пархоменко М. Невербальное общение в системе информационно-коммуникационного обеспечения предприятия	188
Юрьева И.А., Вакулюк В., Кобченко А.А. Эмоциональная компетентность информационно-аналитической работы как элемент бизнес-этики	189
СЕКЦІЯ 8 - ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ	
Мацакова М.В. Світова організація торгівлі	191
СЕКЦІЯ 9 - АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	
Барщевський А.В., Бронівська О.О., Кушнір В.А. Вплив малого підприємництва на економічну безпеку України	194
Гевак О.І., Гвоздецька І.М. Кадрова безпека видавничо-поліграфічних підприємств	196
Гура А.О., Щербіна Д.А. Офшорні зони: суть, види та особливості	198
Дерчик Я.П., Руснак Л.Р. Митний контроль, як складова частина процесу забезпечення економічної безпеки України	199
Клішук О.В. Сучасні аспекти глобалізації світової економіки	201
Максименко Я.А., Кашара А.В. Вплив процесів трудової міграції на економіку України	202
Прилуцкая Ю.С. Рынок труда Украины: проблемы, тенденции и пути развития	204
Тесля О.А., Руснак Л.Р. Роль митного брокера у митному посередництві в умовах євроінтеграції	206

Шаповал К.В. Транснациональные корпорации как угроза экономической безопасности	208
Reichling Peter, Pererva P.G. Anticorruption compliance	210
СЕКЦІЯ 10 - ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ, ЯК ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ	
Белей О.І. Хмарні сервіси як основа сучасної цифрової економіки	213
Коменчук О.В. Україна у процесі міжнародного науково-технічного обміну	214
Локтіонова О.С. Економіко-математичне моделювання банківської діяльності	216
Строков Є.М. Тренди ІТ в ресторанному бізнесі	217
Гуцан О.М. Наради та сбори – основа діяльності та розвитку сучасного керівника	220
Шаповалова Я.В., Боковець В.В. Формування оптимального режиму праці на підприємстві в сучасних умовах	222
Гуменна Т.В., Боковець В.В. Основні шляхи вдосконалення охорони праці в Україні	223

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Наукове видання

ТРУДИ

VIII - ої Міжнародної науково–практичної Internet – конференції
студентів та молодих вчених

**«Стратегії інноваційного розвитку економіки України:
проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2017»**

27 грудня 2017 року
м.Харків

Редактори:

**Перерва Петро Григорович
Строков Євген Михайлович
Гуцан Олександр Миколайович**

Верстка та оригінал-макет:

**Строков Є.М.
Гуцан О.М.**

Обкладинка: Строков Є.М.

Підписано до друку: 30.12.2017 р. Формат 60х84/16
Папір офсетний. Друк різнографія.
Ум. друк. арк. 13,43
Тираж 300 екз

Друк ФОП Томенко Ю.І.
м. Харків, вул. Плеханівська, 16